مركز دراسات الوحدة العربية

الإعلام العربي المشترك

دراسة في الإعلام الدولي العربي

الدكتور راسم محمد الجمال

الإعلام العربي المشترك

مركز دراسات الوحدة العربية

الإعلام العربي المشترك

دراسة في الإعلام الدولي العربي

الدكتور راسم محمد الجمال

«الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبّر بالضرورة
عن اتجاهات يتبناها مركز دراسات الوحدة العربية»

بناية «سادات تاور» شارع ليون ـ ص. ب: ٦٠٠١ ـ ١١٣ ـ بيروت لبنان
تلفون: ٨٠١٥٨٢ ـ ٨٠١٥٨٧ ـ ٨٠٢٢٣٤ ـ برقياً «مرعربي»
تلكس: ٢٣١١٤ مارابي

حقوق النشر محفوظة للمركز

الطبعة الأولى
بيروت: أيار/مايو ١٩٨٥

الطبعة الثانية
بيروت: تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٨٦

المحتويات

مقدمــــــة ٩

الفصـل الاول: مفهوم الاعلام العربي المشترك ووظائفه ١٥

اولاً : مفهوم الاعلام العربي المشترك ١٧

ثانياً : وظائف الاعلام العربي المشترك ١٩

ثالثاً : طبيعة الاعلام العربي المشترك ٢٤

رابعاً : اهمية الاعلام العربي المشترك ٢٥

١ ـ حاجة الجامعة كتنظيم الى الاعلام العربي المشترك... ٢٦

٢ ـ الاعلام العربي المشترك وقضية الوحدة العربية ... ٢٨

٣ ـ حاجة العمل العربي المشترك الى الاعلام العربي المشترك ٣٠

الفصـل الثاني : تخطيط الاعلام العربي المشترك ٣٣

اولاً : مفهوم تخطيط الاعلام العربي المشترك ٣٦

ثانياً : اجهزة رسم السياسة وصنع القرار ٣٧

ثالثاً : عملية صناعة قرارات الاعلام العربي المشترك ٤٢

رابعاً : الاهداف الاستراتيجية والسياسة العامة ٤٤

خامساً: متطلبات الاعلام العربي المشترك ٤٩

سادساً: اشكال التخطيط الاعلامي ٥٢

الفصل الثالث: الاجهزة القائمة بالاتصال في نطاق
الاعلام العربي المشترك ٥٣
اولاً: تنظيم اجهزة الاعلام العربي المشترك ٥٦
ثانياً: وظائف الادارة العامة للاعلام ٥٨
ثالثاً: العوامل المؤثرة في فعالية جهاز الاعلام ٦٦

الفصل الرابع: الرسالة الاعلامية من خلال
الاعلام العربي المشترك ٧٧
اولاً: تطور مضمون رسالة الاعلام العربي
المشترك منذ عام ١٩٦٧ .... ٨١
ثانياً: اشكال الرسالة الاعلامية العربية المشتركة ٩١

الفصل الخامس: الانشطة الاتصالية للاعلام العربي المشترك ٩٥
اولاً: الانشطة الاعلامية في مجال وسائل الاعلام المطبوعة .. ٩٩
ثانياً: الانشطة الاعلامية في مجال وسائل
الاعلام المسموعة والمرئية ١٠٢
ثالثاً: انشطة الاعلام العربي المشترك
في مجال الاتصال المواجهي ١٠٦

الفصل السادس: جماهير الاعلام العربي المشترك ١٠٩
اولاً: مفهوم الرأي العام ١١١
ثانياً: الاعلام العربي المشترك ومشكلة الرأي العام ١١٢
ثالثاً: الجماهير العربية للاعلام العربي المشترك ١١٦
رابعاً: الجماهير غير العربية للاعلام العربي المشترك ١١٧

الفصل السابع: تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك ١٢٣
اولاً: مفهوم وطبيعة تقويم البرامج والانشطة
للاعلام العربي المشترك ٢٦
ثانياً: اسلوب تقويم برامج وانشطة
الاعلام العربي المشترك ٢٧

ثالثاً: مجالات تقويم برامج وانشطة
الاعلام العربي المشترك ١٢٩
رابعاً: فعالية الاعلام العربي المشترك
في الولايات المتحدة الامريكية ١٣١

الفصل الثامن: نتائـــج الدراســة ١٣٩

المراجـــع ١٥١

فهرس عـام ١٥٩

مقدمة

يمثل الاعلام العربي المشترك عاملا مشتركا في كل مجالات العمل العربي المشترك، وفي مسعى العرب لبلوغ اهدافهم القومية، واكثرها تعبيراً عن الارادة العربية الموحدة، واشدها تأثراً بايجابيات هذه الارادة وسلبياتها، فضلاً على انه الوعاء الذي يحمل هذه الارادة ومضامينها واشكالها الى العالمين العربي والخارجي، ومن خلاله يقوّم العالم العربي كأمة وكحضارة وكنظام.

ولهذا، يعتبر الاعلام العربي المشترك مشكلة يتفق الباحثون على انها من اخطر مشكلات العمل العربي المشترك، وإن اختلفوا في تقدير ماهيتها وحجمها والمتغيرات التي تحكمها.

مشكلة الاعلام العربي المشترك

ويمكن صياغة مشكلة الاعلام العربي على النحو الآتي:

أدت التطورات الدولية وصراع القوى الدولية على الوطن العربي ونمو الوعي القومي والشعور بالهوية العربية الذي صاحب نجاح حركات التحرير في الاقطار العربية الى ايجاد تنظيم قومي جسد الآمال القومية اطلق عليه جامعة الدول العربية. وقد حدث ذلك في الوقت الذي خلقت فيه القوى الدولية كياناً صهيونياً داخل الوطن العربي وضمنت امنه واستقراره وبقاءه.

وعلى الرغم من قوة المد القومي الذي صاحب ميلاد هذا التنظيم القومي وتطوره، فإن المتغيرات الدولية والقطرية قد اخضعت التنظيم القومي وهيمنت على تطوره وحركته، واخيراً على فعاليته. وعلى هذا ظل هذا التنظيم القومي الذي يضم اطر الانشطة

والممارسات العربية المشتركة المعبرة عن الارادة العربية الموحدة، التي يعبر عنها الاعلام العربي المشترك، اسيراً وخاضعاً لمتغيرات دولية وقطرية، مفتقراً الى قوة ذاتية تمنحه قدرة الحركة، ويمكن تقويم فعاليته في ضوئها.

وإذا كانت تطورات الاوضاع الدولية في غير صالح العرب، ووهن الممارسات العربية القطرية قد ضاعف من الاخطار التي تهدد الوطن العربي، فإن الوعي القومي العربي ظل في نموه وتطوره، وكانت الاخطار ذاتها ووهن الممارسات القطرية ما تفتأ تغذي هذ الوعي القومي. ويمكن القول بأن الممارسات القطرية كانت في احيان كثيرة عاجزة عن الوفاء بمتطلبات الوعي القومي العربي، وظل التنظيم القومي العربي بدوره عاجزاً عن التعبير عن الوعي القومي والاهداف والآمال القومية، واعجز من ان يناغم او ينسق بين السياسات والممارسات القطرية لتحقيق الارادة العربية الموحدة.

وقد ضاعف من خطورة هذا الوضع ما يلي:

١ ـ تقاعس الارادة العربية الموحدة عن التعامل الجاد والناجح مع العدو الصهيوني، إما لتفكك هذه الارادة في بعض الاحيان، او انشغال العرب بصراعات داخلية في احيان اخرى، او لقصور الرؤية السياسية الشاملة لابعاد الصراع العربي ـ الاسرائيلي ودور القوى الدولية، او لنفور بعض نظم الحكم العربية من تأكيد فكرة الارادة العربية الموحدة وطغيان الوعي القومي العربي خوفاً على مصالح قطرية ضيقة.

٢ ـ تطور الرأي العام العربي ونضجه، وازدياد الدور الذي يلعبه في نمو الوعي القومي العربي، والاحساس بالاخطار التي تهدد الوطن العربي.

٣ ـ تطور وسائل الاعلام منذ نهاية الحرب العالمية الثانية.

٤ ـ قوة الدعاية الصهيونية، والدعم الذي يتلقاه الكيان الصهيوني من دول ذات مصالح حيوية في الوطن العربي.

ولما كان الاعلام العربي المشترك هو الوعاء الذي يحوي وينقل كل سياسات وممارسات العمل العربي المشترك بايجابياته وسلبياته، فإنه قد حوى بالتالي اقصى طموحات الوعي القومي العربي، واقسى قيود المصالح القطرية الضيقة المفروضة على العمل العربي المشترك، في الوقت الذي تعين عليه فيه ان يتحمل مع ارادة العمل العربي الموحدة ـ الغائبة حيناً او المفككة احياناً اخرى ـ مسؤولية معالجة قضايا العرب القومية في وسط بيئة دولية غير مواتية في كثير من الاحيان. وقد نجم عن ذلك تحمّل العمل العربي المشترك، ومعه الاعلام العربي المشترك، مسؤولية الاخفاقات المتوالية للعرب.

الغرض من الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى تبيان اهمية الاعلام العربي المشترك بالنسبة للوجود القومي العربي وللتنظيم القومي العربي، ودوره في معالجة قضايا العرب القومية، ومفاهيمه وطبيعته وحدوده وعلاقته بالاعلام القطري للاقطار العربية، واجهزة تخطيطه وعمليات رسم سياساته وصنع قراراته والمتغيرات التي تحكمه، وقدرات جهازه القائم بالاتصال وايجابياته وسلبياته، ورسالته وانشطته الاتصالية وجماهيره المستهدفة، وكيفية تقويم فعالية برامجه وانشطته، وكل ذلك بقصد استجلاء هذه المشكلة ودورها وتأثيرها في معالجة قضايا العرب القومية، والعوامل المختلفة التي تحد من فعاليتها.

فروض الدراسة

وتهدف هذه الدراسة الى تحقيق الفروض التالية التي توصل اليها الباحث من معايشته للمشكلة موضوع البحث منذ عام ١٩٧٥ :

١ ـ ان الاعلام العربي المشترك ليست له قوة ذاتية يستمد منها فعاليته، ولكنه مجرد متغير تابع للسياسات والممارسات الدولية، والعربية على المستويين القومي والقطري، فهو يعكس مكونات وديناميات النظام العربي.

٢ ـ تمثل المصالح القطرية المتغير الاساسي الذي يحكم الاعلام العربي المشترك الى جانب المتغيرات الاخرى التي تؤثر في تحرك العرب لبلوغ اهدافهم القومية؛ فقد حددت المصالح القطرية مفهوم ووظيفة الاعلام العربي المشترك وأهدافها وحدودها، وهي التي تشكل قدرات القائم العربي بالاتصال ورسالته الاعلامية والوسائل المستخدمة وجماهيره المستهدفة، وتحدد فعاليته. ومعنى ذلك ان الاعلام العربي واقع تماماً تحت السيطرة والتأثير المباشرين للمصالح القطرية.

٣ ـ ادى الافتقار الى سياسة عربية موحدة، واخفاق السياسات العربية القطرية في احيان كثيرة الى تحميل الاعلام العربي المشترك ـ باعتباره اكثر مجالات العمل العربي المشترك تأثراً بالسياسات والممارسات القطرية ـ مسؤولية اخفاق العرب في حل مشكلاتهم القومية.

٤ ـ ولما كانت الجامعة تعكس تناقض وصراعات الطموحات القومية والمصالح القطرية، فقد اصبحت المشكلة الاساسية للاعلام العربي هي الانفصال الواضح بين طموحات مخطط الاعلام العربي الذي يهدف الى بلوغ الاهداف القومية، وبين القائم العربي بالاتصال الذي تحده وتقيده المصالح القطرية، وادى ذلك بالتالي الى عجز

الاعلام العربي المشترك، والعمل العربي المشترك عن بلوغ الاهداف القومية. وهذا في حد ذاته السبب المباشر للشعور بخيبة الامل تجاه الجامعة كتنظيم قومي.

٥ ـ تؤدي الصدمات القوية التي يتعرض لها الوطن العربي الى دفع العمل العربي المشترك، والى تطوير الاعلام العربي بالتالي. ومن ناحية اخرى، يمكن القول بأنه على الرغم من انغماس الاعلام العربي المشترك في قضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي شبه العام، فإن تطور الاعلام العربي المشترك قد ارتبط بتطور الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

٦ ـ ان حل مشكلة الاعلام العربي المشترك يكمن اساساً في نضج نظرة العرب الى الجامعة كتنظيم قومي والى تطوير اهدافها ووظائفها وتعديل ميثاقها، والى ادراكهم لدور الاعلام الدولي في دعم قضاياهم القومية.

نوعية الدراسة ومنهجها

وقد فرضت طبيعة المشكلة موضوع الدراسة، وتحقيق فروضها اتجاه الدراسة وجهة استكشافية وصفية، واتباع منهج تحليلي، بهدف استكشاف المشكلة وتوصيف جزئياتها واطارها العام في ضوء النظريات والاسس والدراسات العلمية في علوم الاعلام والسياسة. كما استخدم الباحث منهج المسح لمسح اساليب ممارسة الوظيفة الاعلامية في الادارة العامة للاعلام من عام ١٩٧٥ الى عام ١٩٧٨، ودراسة الجوانب التنظيمية والوظيفية التي يقوم عليها جهاز الاعلام العربي المشترك بهدف الحصول على المعلومات والبيانات التي تشكل القاعدة الاساسية للدراسة، وتمكن من وصف وتحليل المشكلة التي تتناولها الدراسة، وتصوير الواقع الفعلي لممارسة الوظيفة الاعلامية لجامعة الدول العربية.

انواع البيانات والمعلومات وطرق جمعها

تنقسم البيانات والمعلومات التي اعتمدت عليها الدراسة الى اربعة انواع رئيسية، هي:

١ ـ **بيانات ومعلومات وثائقية**: وهي التي جمعها الباحث من وثائق جامعة الدول العربية، وهي غير موثقة او مطبوعة باستثناء وثائق مجلس الجامعة. واما بقية الوثائق فيصعب التفرقة بين الرسمية منها وغير الرسمية، وهي في معظمها منسوخة ولا تحمل بيانات كاملة عنها، فضلاً عن انها غير مفهرسة او محفوظة بطريقة علمية منظمة تسهل الرجوع اليها. وقد اعتمدنا على وثائق الجامعة التالية:

أ ـ وثائق مجلس الجامعة.

ب ـ وثائق مجلس وزراء الاعلام العرب.

ج ـ وثائق الامانة العامة.

د ـ وثائق اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

هـ ـ وثائق الادارة العامة للاعلام.

و ـ تقارير مكاتب الاعلام في الخارج.

٢ ـ بيانات ومعلومات مرجعية: وهي بيانات ومعلومات ساهمت في استكمال البيانات والمعلومات التي احتاجتها الدراسة ولم تتوفر في الوثائق، وساهمت في تكوين خلفية علمية للباحث. ومن امثلة هذه المراجع مضابط مجلس الجامعة، ومحاضر اجهزة الامانة العامة، وبعض المطبوعات المرجعية مثل كتاب «جامعة الدول العربية واهدافها وتكوينها ونشاطها»، ومراجع التنظيم الدولي التي تتناول الجامعة من منظور التنظيم الدولي. وكلها ساهمت في تكوين خلفيات الدراسة والمباحث.

٣ ـ بيانات ومعلومات ميدانية: وهي بيانات ومعلومات جمعها الباحث عن طريق الاستقصاء غير المقنّن الذي تضمن مجموعة عامة من الاسئلة التي تغطي الموضوعات الرئيسية لمشكلة البحث للاسترشاد بها في جمع البيانات والمعلومات المطلوبة من خلال المقابلات الشخصية غير المقننة والمتكررة. وقد استخدمنا الاستقصاء غير المقنن لسببين:

أ ـ ان قدراً من المعلومات التي احتاجتها الدراسة غير متوافر في وثائق جامعة الدول العربية، او ان الوثائق ذاتها غير متوافرة.

ب ـ ما لاحظه الباحث من ان بعض المسؤولين في جامعة الدول العربية يعطون بيانات ومعلومات غير دقيقة، او مبالغاً فيها في بعض الاحيان لاظهار كفاءة وفعالية عملهم والانشطة التي يقومون بتنفيذها، وهو ما استلزم استخدام الاستقصاء غير المقنن، حيث كان الباحث يثير النقاش حول امور عامة واخرى محددة، ويترك للشخص المسؤول الرد وتقديم كل ما لديه من معلومات، ثم يعود ويثير النقاش في الامور نفسها وفي تفصيلاتها عدة مرات بصورة اخرى في اوقات متباعدة، ومقارنة كل المعلومات التي حصل عليها للوصول الى ادق بيانات، بقدر الامكان.

وقد جرت هذه المقابلات مع الاستاذ سليم اليافي الامين العام المساعد لشؤون الاعلام ورئيس الادارة العامة للاعلام حتى انتقال الجامعة الى تونس، والاستاذ يحيى ابو بكر نائب رئيس الادارة العامة، والذي رأس اللجنة الدائمة للاعلام العربي لفترة طويلة، الى جانب مديري الادارات ورؤساء الاقسام في الادارة العامة للاعلام.

٤ ـ بيانات ومعلومات علمية: وهي البيانات والمعلومات التي جمعها الباحث من

المراجع والمجلات العلمية المتخصصة التي تتناول علوم الاتصال والسياسة، والاعلام الـدولي والعـربي، والعلاقات الدولية وازمة الشرق الاوسط والقضايا العربية على وجه العموم. وهي المراجع التي يتضمنها الثبت الموجود في نهاية الدراسة.

تقسيمـات الدراسـة

وتنقسم هذه الدراسة الى جانب المقدمة الى ثمانية فصول: يتناول الفصل الاول مفهوم الاعلام العربي المشترك ووظائفه وتطورها من عام ١٩٤٥ الى عام ١٩٨٤؛ ويتناول الفصل الثاني تخطيط الاعلام العربي المشترك مركزاً على مفهوم تخطيطه واجهزة رسم السياسة وصنع القرارات، وتطور السياسة الاعلامية العربية المشتركة منذ عام ١٩٤٥؛ ويتنـاول الفصل الثالث اجهزة الاعلام العربي المشترك وعوامل قصورها ونجاحها. اما الفصول الخمسة الاخيرة فتتناول: الرسالة والانشطة الاتصالية للاعلام العربي المشترك وجماهيره وفاعلية برامجه وانشطته، وكذلك نتائج الدراسة.

واود في نهـاية هذا الجزء التنـويه الى اننا استخدمنا اصطلاح الاعلام بدلاً من اصطلاح الاتصال في مواضع شتى من هذه الدراسة للتفرقة بين الانشطة الاعلامية التي تدخل في نطاق الاعلام العربي المشترك، والانشطة الاتصالية الاخرى التي تدخل في المهام التمثيلية لمكاتب الاعلام العربي.

وارجـو ان اكون قـد وفقت بهذه الدراسـة المتواضعـة في استجلاء حقيقة مشكلة يثـور حولهـا الكثير من الجـدل في واقعنـا القـومي، وارحب بكـل الآراء والانتقـادات والتعديلات التي قد تثور حول ما تضمنته هذه الدراسة من آراء واجتهادات، فهدفنا جميعاً هو تطوير الفكر القومي العربي لما فيه خير العرب وصالحهم، والله ولي التوفيق.

الفصل الاول

مفهوم الاعلام العربي المشترك ووظائفه

تقتضي اعتبارات عديدة البدء بوضع تعريف محدد ودقيق لمفهوم الاعلام العربي المشترك، فإلى جانب الاعتبارات الاكاديمية التي تستدعي البدء بتعريف الظاهرة موضوع الدراسة وتقرير طبيعتها وأبعادها، لم تتضمن وثائق الاعلام العربي المشترك تعريفاً دقيقاً وشاملاً لمفهومه؛ وان تعددت الاشارات الى وظائفه، مما خلق خلطاً واضحاً بين المفهوم والوظائف. وعلاوة على ذلك، فإن كثرة الانتقادات الموجهة الى الاعلام العربي المشترك لم تفرق بين اعلام الاقطار العربية والاعلام العربي المشترك، وأطلقت هجماتها على الاعلام العربي على إطلاقه مما حمّل الاعلام العربي المشترك كل اخطاء الانشطة الاعلامية للعرب.

ويتناول هذا الفصل بالتحليل مفهوم الاعلام العربي المشترك ووظائفه واهميته بالنسبة لقضايا العرب القومية.

اولاً: مفهوم الاعلام العربي المشترك

يمكن تعريف الاعلام العربي المشترك بأنه: **الوظيفة الاعلامية التي تمارسها جامعة الدول العربية باسم، ونيابة عن، وبالاشتراك مع، الاقطار العربية، وتحت اشرافها لصالح الوطن العربي في مجموعه**. وقد بنينا هذا التعريف على مجموعة من الاعتبارات النظرية والعملية التي تشكل وتحكم الجامعة العربية كمنظمة قومية اقليمية، والاعلام العربي المشترك كوظيفة وعملية تمارسها الجامعة، وتتأثر بكل المتغيرات وعوامل الجذب والتنافر التي تتفاعل على المستويات الدولية والقومية والقطرية.

واول هذه الاعتبارات، ان اهمية الاعلام العربي المشترك وخطورة القضايا التي

يتناولها تستتبع بالضرورة التدقيق في تحديد مفهومه وتقرير حدوده والعلاقة بينه وبين الاعلام القطري للاقطار العربية الاعضاء في الجامعة؛ وثانيها، ان كل الانشطة الاعلامية التي تمارسها الجامعة تدخل في نطاق الاعلام العربي المشترك، لأن اي نشاط تديره الجامعة، بغض النظر عن محتواه، انما تقوم به بحكم كونها تنظيماً قومياً، وفي ضوء الصلاحيات والتفويضات المخولة لها من الاقطار العربية، بمعنى انها تقوم به في ضوء السلطة الجماعية (Collective Authority) لمجموع الاقطار العربية بلغة التنظيم الدولي، او تعبيراً عن الارادة العربية الموحدة بالمنطق العربي.

ومن هذا المنطلق، فنحن نختلف مع بعض الكتّاب والباحثين الذين يقصرون الاعلام العربي المشترك على الانشطة الاعلامية العربية التي تقوم بها الجامعة بناء على ما تتفق عليه الاقطار العربية، ويستبعدون بقية الانشطة الاعلامية متجاهلين طبيعة الجامعة كمنظمة قومية اقليمية، والصلاحيات المخولة لها في ميثاقها وفي القواعد واللوائح المكملة له[1].

ويرتبط بهذا الاعتبار اعتبار آخر على جانب كبير من الاهمية يتعلق بحدود الاعلام العربي المشترك، فهو محدد ومقيد بالاعتبارات والمحددات التي تحدد حركة العمل العربي المشترك في مجالاته كافة. ومقيد بطبيعة الجامعة وبنظام التصويت فيها الذي يقوم على قاعدة الاجماع. وهو في هذه الحالة لا يملك ولا يستطيع الا ان يعبر عما اتفقت عليه الاقطار العربية كلها، ولا يستطيع ان يعبر عما اتفقت عليه اغلبية هذه الاقطار بالنسبة لقضية ما، وإلا اعتبر منحازاً لرأي اقطار عربية في مواجهة اقطار عربية اخرى، في الوقت الذي يعمل فيه من خلال السلطة الجماعية للاقطار العربية مجتمعة. وهنا نود ان نؤكد على ان الاعلام العربي المشترك هو اكثر مجالات العمل العربي المشترك تأثراً بالخلافات والتناقضات القطرية داخل الوطن العربي خاصة في النواحي السياسية، ليس فقط في مضمونه، ولكن في كل المجالات حتى بالنسبة لمجال حركته على النطاق الجغرافي. فالسلطة الجماعية التي يعمل باسمها ونيابة عنها، وبالاشتراك مع مكوناتها هي التي تحدد له وظائفه واستراتيجياته وسياساته واهدافه ومنطلقاته الاعلامية، وهي التي تشترك معه في العمل التنفيذي وتتولى بعد ذلك تقويم فعاليته. ونتيجة لذلك، تتوقف فاعلية الاعلام العربي المشترك في المقام الاول على مدى تماسك وقوة الارادة العربية الموحدة، وعلى غلبة المنطق القومي على الممارسات القطرية. ولعل نجاح الاعلام

(١) عبد الخبير محمود عطا، «الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية: دراسة نظرية وتطبيقية،» (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٧٦)، ص ١٩ وما بعدها، ويحيى ابو بكر، «رسالة الاعلام في العمل العربي المشترك،» المجلة المصرية للعلوم السياسية، السنة ٦، العدد ٦٧ (تموز/ يوليو ١٩٧٠)، ص ١٧٥ - ١٧٦.

العربي المشترك والقطري الذي تحقق ابان وعقب حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣ يقدم دليلاً على ذلك.

ثانياً: وظائف الاعلام العربي المشترك

كثيراً ما تتناول البحوث والدراسات المتعلقة بالموضوع وظائف الاعلام العربي المشترك في ضوء ما ينبغي ان يكون، اذ تقسمها بعض هذه الدراسات الى ثلاث وظائف اساسية على النحو التالي:

١ ـ الاعلام عن جامعة الدول العربية ونشاطاتها المختلفة باعتبارها تنظيماً قومياً اقليمياً على المستويين القومي والدولي، وباعتبارها تمثل «رمزاً قومياً» لوطن عربي يتعين تعميق الاحساس بحقيقة وجوده في وجدان الانسان العربي، وعلى اساس ان تعميق هذا الاحساس يشكل في حد ذاته «قيمة قومية عليا» في سبيل تحقيق الهدف المستقبلي والنهائي للامة العربية وهو الوحدة العربية الشاملة.

٢ ـ التعبئة «المعنوية والسياسية والقومية» للجماهير العربية؛ «بهدف المحافظة على معنويات الشعب العربي في كل اجزاء الوطن العربي». وتعد هذه وظيفة تكميلية لوظائف الاعلام القطري لكل قطر عربي.

٣ ـ الاعلام عن الامة العربية وقضاياها، لا سيما قضية الصراع العربي ـ الاسرائيلي باعتبارها قضية اساسية في اطار القضية العربية. وهذه الوظيفة في رأي اصحاب هذا التقسيم اهم وظائف الاعلام العربي، وتمارسها جامعة الدول العربية تنفيذاً وتنسيقاً نيابة عن الاقطار العربية وليس بإرادة مستقلة تملكها[٢].

وتقسمها دراسات اخرى الى وظيفتين اساسيتين: تتعلق الاولى بمجال الاتصال الداخلي وتقوم على تنمية الوعي القومي وربط الولاء القطري بالولاء العربي، ورفع مصادر التناقض بين الولاءين. وتتعلق الثانية بمجال الاعلام الخارجي، وتنقسم بدورها الى شقين: اولهما ـ وظيفة مساندة للسياسة الخارجية للعرب، وثانيهما ـ وظيفة حضارية تتناول تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي[٣].

---

(٢) سليم اليافي، «رسالة الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» ورقة قدمت الى: منظمة العمل العربية، ندوة الصحافة العمالية والاعلام في مجال العمل، القاهرة، ١ ـ ١١ ايلول/ سبتمبر ١٩٧٦، ص ٦. هذا وقد شغل الاستاذ اليافي منصب امين عام الجامعة المساعد لشؤون الاعلام. انظر ايضاً: ابو بكر، المصدر نفسه، ص ١٧٦.

(٣) عطا، «الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية: دراسة نظرية وتطبيقية،» ص ١٣ ـ ٢٠، وعبد الخبير

ويتعين في تقديرنا تناول وظائف الاعلام العربي المشترك من خلال تطورها التاريخي لتبيان العوامل والتطورات الايجابية والسلبية على الساحة العربية التي اثرت على هذه الوظائف، اذ ان تجاهل هذا المنظور التاريخي قد ينتهي بنا الى القاء اللوم في عدم النهوض بوظائف الاعلام العربي المشترك على الجامعة العربية وحدها، وتحميلها مسؤولية الاخفاق الاعلامي للعرب.

فلا شك ان الجامعة قد انشئت عام ١٩٤٥ كمنظمة قومية اقليمية تعبيراً عن نمو الوعي والفكر القومي العربي. ولكن بدلاً من ان تستوعب الروح القومية المصالح القطرية الضيقة، طغت الاخيرة على الروح القومية نتيجة لسعي الحكومات العربية الى تدعيم نفوذها ومكانتها في الداخل، وحرصها على دعم استقلالها وسيادتها مع الحفاظ على نموذج معين لتوازن القوى داخل النظام العربي[٤]، وارتبط بذلك إصرار الحكومات العربية على ان يكون الاعلام العربي الموجه لشعوبها من صميم اختصاصها. ومن ثم اقتصرت وظيفة الاعلام العربي المشترك حتى عام ١٩٦٥ على الدعاية للاقطار العربية و «تزويد الصحف بالبيانات وغيرها، ومراقبة ما ينشر فيها وتزويد الجامعة بكل ما له اتصال بالدعاية والنشر»[٥]. ويفهم من تزويد الصحف بالبيانات وغيرها تزويد الصحف العربية قبل الاجنبية بأنشطة الجامعة وانجازاتها، اي انها تتضمن تعريف الرأي العام العربي بالجامعة وانشطتها وانجازاتها لبلوغ الاهداف التي اقيمت من اجلها. بيد ان عدم النص على ذلك صراحة يشير الى حرص الحكومات العربية على عدم السماح للجامعة بالنفاذ مباشرة من خلال سياداتها الوطنية القطرية، وعلى جعل هذه السياسة بمثابة مرشحات تعترض وتغربل الانشطة الاعلامية القومية بما يتفق مع مصالحها القطرية.

وعلى هذا اخفقت الجامعة مراراً في ممارسة هذه الوظيفة بسبب معارضة الاقطار العربية، كما سبق القول، وتمسكها بأن تتولى كل حكومة عربية إعلام شعوبها بانشطة الجامعة وانجازاتها[٦]. فلم تفلح المساعي التي بذلت لافتتاح مكاتب إعلامية للجامعة في العواصم العربية لاداء هذه الوظيفة، وتقوم في الوقت نفسه بتغذية الجامعة بالمعلومات

= محمود عطا، «الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» المستقبل العربي، السنة ١، العدد ٥ (كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩)، ص ١٢١ - ١٢٢.

(٤) جميل مطر وعلي الدين هلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ط ٣ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣)، ص ٥٨، وعبد الحميد الموافي، «تأسيس جامعة الدول العربية،» شؤون عربية، العدد ١ (آذار/ مارس ١٩٨١)، ص ٧ - ٢٣، ص ٨.

(٥) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د - ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة، مادة رقم (٢)، ومرفق رقم (٢).

(٦) ابو بكر، «رسالة الاعلام في العمل العربي المشترك،» ص ١٧٧.

التي تحتاجها في تعريف العالم الخارجي «بقضايا الوطن العربي، وبخاصة القضية الفلسطينية، وقيمه الحضارية واوجه تقدمه»؛ لرفض الاقطار العربية افتتاح هذه المكاتب خشية ان تصبح منافذ للتدخل في شؤونها الداخلية(٧). ويبدو شذوذ هذا الوضع اذا اخذ في الاعتبار ان هذا الرفض صاحبه في اغلب الاحوال قبول واستعداد الاقطار العربية لإقامة مكاتب اعلامية للامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في عواصمها.

وكذلك لم تفلح محاولات الجامعة لانشاء اقسام إعلامية في وزارات الاعلام في الاقطار العربية كبديل عن افتتاح مكاتب لها، على ان تتولى الجامعة تزويد هذه الاقسام بالمواد الاعلامية وتتولى الاقسام ممارسة الوظيفة الاتصالية نيابة عن الجامعة تحت اشراف وزارات الاعلام القطرية. ولم يستجب لهذه المساعي سوى عدد قليل من الاقطار العربية منها الكويت ولبنان والمغرب. ثم جربت الجامعة بعد ذلك، في الستينات، نظام المراسلين غير المتفرغين الذين يعملون كضباط اتصال بين الجامعة وجماهيرها العربية، وراعت في اختيارهم ان يكونوا من مواطني القطر الذي يعملون فيه وان يكونوا من رجال الإعلام المحترفين والمرموقين. واستطاعت الجامعة بالفعل استخدام هؤلاء المراسلين في السودان والعراق والاردن، بيد ان ذلك لم يدم طويلاً لاعتبارات سياسية في المقام الاول نتيجة للخلافات القطرية، واعتراض الاقطار العربية على انشطة هؤلاء المراسلين(٨).

وعلى هذا ظلت الجامعة محرومة من الاتصال المباشر بجماهيرها العربية حتى انتقال مقرها من القاهرة الى تونس، وظلت عاجزة عن تعريف الرأي العام العربي بانشطتها وانشطة منظماتها المتخصصة. ولم يكن امامها سوى التوجه الى الحكومات العربية من خلال مندوبيها لدى الجامعة، او من خلال سفاراتها في القاهرة، وان تسعى للاتصال بجماهيرها من خلال ما تنقله وسائل الاعلام من انباء عن الجامعة، ومن خلال مطبوعاتها التي يطلبها بشكل مباشر بعض الافراد المهتمين(٩).

ولا يستطيع اي باحث ان يجد مبرراً لموقف الاقطار العربية من حرمان الجامعة طيلة هذه الفترة من ممارسة وظيفتها في الاتصال بالجماهير العربية الا تمسّك حكوماتها بمصالحها القطرية في مواجهة المصالح القومية العليا. فالاعتبارات التي تبرز حاجة الجامعة الى الاتصال بجماهيرها، والاعتبارات العملية التي يمكن ان تمارس فيها

---

(٧) اليافي، «رسالة الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» ص ٤ - ٥.

(٨) راسم محمد الجمال، «الاعلام العربي المشترك،» المستقبل العربي، السنة ٥، العدد ٤٦ (كانون الاول/ ديسمبر ١٩٨٢)، ص ٦.

(٩) اليافي، المصدر نفسه، ص ٦.

الجامعة هذه الوظيفة لا تقدم مبرراً لخوف الحكومات العربية على مصالحها القطرية. فالجامعة كمنظمة ما كانت لتستطيع ممارسة هذه الوظيفة الا من خلال وسائل وادوات قطرية خاضعة للسيادة القطرية كوسائل الاتصال والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات التعليمية.

وقد ظلت وظيفة الإعلام العربي المشترك قاصرة على الدعاية للاقطار العربية وتزويد الصحف بالبيانات وغيرها طوال عشرين عاماً حتى عام ١٩٦٥. ولنا ان نتصوّر عجز الاعلام العربي المشترك والجامعة كمنظمة في ظل المتغيرات والتفاعلات التي شهدها العالم طوال هذه الفترة من صراعات وتحالفات قطرية الى تعرّض بعض اقطاره لاعتداءات خارجية الى فشل اول تجربة للوحدة. وتدخل بعض الاقطار بالقوة المادية في الصراعات المحلية في اقطار عربية اخرى.. الى سعي اسرائيل لتحويل مجرى نهر الاردن. ولا شك ان هذه الفترة شهدت تطورات ايجابية في الوطن العربي. بيد ان التطورات السلبية في بداية الستينات، لا سيما الصراع الذي نشب بين ما يسمى بالنظم التقدمية والنظم المحافظة، والصراع بينهما في اليمن، في الوقت نفسه الذي سعت فيه اسرائيل لتحويل مجرى نهر الاردن قد ابرز مدى التمزق والتبعثر الذي يجتاح الوطن العربي ككل. وكان ذلك تحدياً للوجود القومي العربي انتج لنا مؤتمري القمة العربيين الاول والثاني اللذين عقدا عام ١٩٦٤ لرأب الصدع في الصف العربي.

ولا شك ان انعقاد هذين المؤتمرين في نطاق الجامعة قد اضفى عليهما قدراً كبيراً من الحيوية والنشاط كانت تفتقدهما، وامتدت هذه الحيوية الى وظائف الاعلام العربي المشترك استجابة لمتطلبات الموقف. ويمكن القول، دون تردد، ان هذه الاستجابة قد اثمرت لاول مرة وظائف قومية محددة للاعلام العربي المشترك، ودل ذلك على ان تماسك العرب وتضامن اقطارهم يعد الحافز الاكبر لفاعلية الاعلام العربي المشترك. ويلاحظ ان هذه الاستجابة جاءت على قدر احتياجات ومتطلبات الموقف إعلامياً. فقد خوّل العرب إعلامهم المشترك وظيفة «الدفاع عن الوطن العربي والقضايا العربية»[١٠]، و«تقديم صورة متماسكة لوطن عربي كبير تعتمل فيه قوى انشائية فعالة في سبيل التقدم والرفاهية والاستقرار»[١١]. ويلاحظ استخدام اصطلاح «الوطن العربي» بدلاً من «الدول العربية»، والحماس للموقف الجديد في صياغة الوظائف، واصطباغ هذه الوظيفة بالطابع الدعائي الدفاعي

---

(١٠) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة.

(١١) المصدر نفسه، «المادة (٣) بالموافقة على اللائحة التنفيذية لجهاز الاعلام العربي،» و«المرفق رقم (٣) باللائحة التنفيذية لجهاز الاعلام العربي،» في: المصدر نفسه، الفصل الاول، مادة رقم (١ / ١).

لتأكيد التضامن العربي ومواجهة الدعاية الصهيونية، وتصحيح صورة العرب امام العالم الخارجي، لا سيما الدول الغربية حيث تتركز الصورة السيئة عن العرب. على ان اهم ما يلاحظ على هذه الوظيفة انها لم تتضمن إشارة الى مسؤوليات الاعلام العربي المشترك تجاه الصراع العربي ـ الاسرائيلي او القضية الفلسطينية نتيجة لغلبة الاحساس الناجم عن التمزق العربي على الاحساس بالخطر الكامن في الوجود الصهيوني في ذلك الحين(١٢).

ولم يطرأ على هذه الوظيفة اي تغيير يذكر حتى منتصف عام ١٩٧٣ على الرغم من جسامة التطورات التي شهدها الوطن العربي حتى ذلك الحين. ولعل جسامة هذه التطورات وما صاحبها من الشعور بالاحباط والتمزق في الوجدان والعقل العربي نتيجة لنكسة ١٩٦٧ ومخلفاتها هو الذي دفع الى إعادة تحديد وظائف الاعلام العربي المشترك في وظيفتين محددتين استجابة لمرحلة ما بعد النكسة، وهما(١٣):

(١) «التعريف بقضايا الوطن العربي، وبخاصة القضية الفلسطينية وقيمه الحضارية واوجه تقدمه».

(٢) «تعريف الرأي العام العربي بنشاطات الجامعة ومنظماتها المتخصصة».

ويتضح من الوظيفة الاولى مدى استجابة الاعلام العربي المشترك لمرحلة النكسة، وابرازه القضية الفلسطينية لأول مرة كقضية من قضايا العرب الاساسية. ولا شك ان بروز كفاح الشعب الفلسطيني الذي جسّده واقعياً وجود منظمة التحرير الفلسطينية وفصائلها قد ادى الى بروز القضية في وظائف الاعلام العربي المشترك. اما النص صراحة على الوظيفة الثانية لأول مرة بعد اكثر من ربع قرن من عمر الجامعة فيشير ايضاً الى الحاجة الى تقوية الجامعة بوصفها تجسيداً للآمال والتطلعات العربية القومية في تلك المرحلة الحرجة.

ولم يطرأ تغيير على هاتين الوظيفتين الاساسيتين بعد ذلك، وبعد نقل مقر الجامعة الى تونس، وان كانت الجامعة قد اكتسبت في تونس قوة دفع وحيوية كبيرة في مجال الاعلام العربي تمثلت في اتساع وعمق المهام التي خُولت للادارة العامة للاعلام في الجامعة(١٤)، مرجعه الى «الوجود الجديد» وما استتبعه من تجديد في الوظائف والقيادات والعاملين وزيادة في التمويل لمواجهة متطلبات مرحلة ما بعد المصالحة المصرية ـ

---

(١٢) مطر وهلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ص ٨١.

(١٣) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٣٠٥٩/ د ـ ٥٩)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣، بالموافقة على النظام الداخلي للامانة العامة لجامعة الدول العربية، ملحق رقم(٢)، مادة رقم (٥)، فقرة رقم (٧).

(١٤) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،» تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٨١، ملحق رقم (٣).

الاسرائيلية، والى اهتمام الامين العام الجديد ومعاونيه اهتماماً كبيراً بالعمل الاعلامي، دفع بعض الباحثين الى تسمية هذه المرحلة من مراحل تطور الجامعة «بالمرحلة الاعلامية»(١٥).

ويتضح من العرض السابق ان ثمة خمسة متغيرات قد حددت وطورت وظائف الاعلام العربي المشترك، وهي:

- طبيعة الجامعة كمنظمة قومية اقليمية يحكمها ميثاق قاصر تتمسك الاقطار العربية بحرفية نصوصه في مواجهة بعضها البعض، وفي تعاملها وممارستها لانشطة الاعلام العربي المشترك.
- تطورات النظام العربي وتفاعلات اعضائه ومدى رغبتهم او عدم رغبتهم في ممارسة العمل المشترك في اطار الجامعة.
- تطورات الصراع العربي - الاسرائيلي والقضية الفلسطينية.
- مدى فهم العرب وقدرتهم على توظيف الاعلام لدعم قضاياهم ومساندتها.
- التفاعلات الدولية وآثارها على الوطن العربي.

ثالثا: طبيعة الاعلام العربي المشترك

ليس الإعلام العربي المشترك بديلاً عن، او تكراراً للانشطة الاعلامية التي تمارسها الاقطار العربية في اطار سياستها القطرية، ولكنه يُمارس بالاشتراك والتنسيق مع هذه الانشطة في اطار هدف قومي مشترك، وهو ما يستتبع بالتالي ضرورة توافر قدر كبير من التكامل والتنسيق بين خطط وبرامج الاعلام العربي المشترك، وخطط وبرامج الاعلام الخاص بالاقطار العربية داخل اطار الجامعة على مستوى التخطيط والتنفيذ تجنباً للتكرار، وتوفيراً للنفقات واستثماراً للمردود الاعلامي الذي يمكن ان يتوفر مع كل خطوة يخطوها الاعلام العربي المشترك سواء في ممارسته لواجباته الآنية التي تتكيف باستمرار مع مقتضيات الظروف، او في خططه التي تخدم اهدافه البعيدة المدى عبر فترة قد تمتد عدة سنوات(١٦).

وبناء على ذلك، تميز الاعلام العربي المشترك بأنه يصدر عن ابنية سياسية

(١٥) مطر وهلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ص ١٤٥.

(١٦) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ورقة عمل عن برامج الاعلام العربي حتى عام ١٩٨٠ للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦، ص ١ - ٢.

متعـددة: قومية وقـطرية، وليس عن بنـاء سياسي موحد، لكل منها تفسيراته ومفاهيمه ومنطلقاته التي قد لا تختلف حول الهدف النهائي، ولكنها بتعدد تكتيكاتها ومضامينها التي تخدم المصالح القطرية في احيان كثيرة تطرح امام العالم اعلاماً عربياً مفككاً. فإذا اضيف الى ذلـك تركيز الاعلام القطري على الداخل وإهماله الاعلام الخارجي[١٧]، اتضـح لنـا ان الاعلام العربي المشترك يتحمل العبء الاكبر امام العرب وامام العالم الخارجي على الرغم من الحرص على التكامل والتنسيق بين الانشطة الاعلامية القومية والقطرية.

رابعاً: اهمية الاعلام العربي المشترك

قد يبدو الحديث عن اهمية الاعلام العربي المشترك من البديهيات التي لا تحتاج الى جهـد او تنـاول اكـاديمي، بيد ان المحـاولات والمسـاعي المبذولة لتعديل ميثاق الجـامعة[١٨]، وما يستتبعه من تطوير لوظائف الجامعة وهياكلها التنظيمية وكل مجالات العمل العربي المشترك، علاوة على الانتقادات التي توجه الى الاعلام العربي المشترك والتي اصبحت سمـة تميز وتجمـع بين الباحثين الذين يتناولون الاوضاع العربية بصفة عامـة، والجـامعـة العـربية بصفة خاصة[١٩]، والدور الذي في مقدور الاعلام العربي المشترك ان يلعبه، كلها تبرز الحاجة الى تناول اهمية الاعلام العربي المشترك، وتبرز الجهد العلمي المبذول.

---

(١٧) اليافي، «رسالة الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» ص ٤ - ٥.

(١٨) حول تعديل ميثاق الجامعة، انظر: مطر وهلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ص ١٥٤ - ١٥٦؛ عبد الحميد الموافي، «تعديل ميثاق جامعة الدول العربية،» المستقبل العربي، السنة ١، العدد ٥ (كانون الثاني / يناير ١٩٧٩)، ص ١٠٨ - ١١٧، ومحمد عزيز شكري، «كيفية تحديث جامعة الدول العربية،» السياسة الدولية، السنة ١١، العدد ٤١ (تموز/ يوليو ١٩٧٥)، ص ١٤٠ - ١٤٥.

(١٩) احمد الشقيري، «الجماعة الاتحادية والجامعة الانفصالية،» المستقبل العربي، السنة ١، العدد ٥ (كانون الثاني / يناير ١٩٧٩)، ص ٨٧ - ٨٩؛ راسم محمد الجمال، «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية،» (اطروحة دكتوراه، جامعـة القـاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠)، ص ٨٣؛ عبد الخبير محمود عطا، الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، ١٩٧٧)، ص ٥، ٥٠ و٩٩؛ عبدالله الحسن، «الاعلام العربي ساقط كلية في التبعية واصبح جزء من اجهزة الامن المتعددة،» الهدف، السنة ٢١، العدد ١٠٦٠ (١٠ كانـون الاول/ ديسمبـر ١٩٨٢)، ص ٦؛ محمـد علي العـويني، الاعـلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسـائـل، والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ١٤ - ١٥؛ نزيه نصيف الايوبي، «المعوقات الداخلية للاعلام العربي الخارجي،» السياسة الدولية، السنة ١٣، العدد٤٧ (كانون الثاني ينـاير ١٩٧٧)، ص ٧٤، ويحيى ابـو بكر، «تحرير الاعلام العربي،» المستقبل العربي، السنة ٢، العدد ١٢ (شباط/ فبراير١٩٨٠)، ص ٥٤ - ٥٥.

وتبرز اهمية الاعلام العربي المشترك في ثلاثة جوانب اساسية متداخلة ومرتبطة ببعضها، نعرضها على النحو التالي:

١ ـ حاجة الجامعة كتنظيم الى الاعلام العربي المشترك

صاحب نشأة جامعة الدول العربية وتطورها في سنواتها الاولى نمو وتطور في وسائل الاتصال الجماهيري، وفي الرأي العام وقدرته على رصد الاحداث والتفاعل معها، وفي توجيهها من خلال تأثيره في عملية رسم السياسات وصنع القرارات (٢٠). وقد فرض ذلك على اية منظمة، مهما كان المستوى الذي تعمل فيه والمجال الذي تنتمي اليه، ان تنشىء نظاماً اعلامياً مخططاً وفعالاً يرتبط ارتباطاً وثيقاً وعضوياً مع وظائف المنظمة ذاتها ويتجه لتحقيق الهدف من وجود المنظمة. واذا كان البحث العلمي لم يتوصل حتى الآن الى نتائج حاسمة من دراسة المضامين الاجتماعية لقدرة المنظمات على استخدام وسائل الاعلام الجماهيرية لتحقيق وظائفها لبلوغ اهدافها، فإنه يجوز القول بأن العمليات الاتصالية التي تمارسها المنظمات كفيلة بتسهيل اداء المنظمات لوظائفها الداخلية بأربع طرق: اولها: انها تساعد على تأمين عمليات التنسيق بين وحدات التنظيم، وثانيها: انها توفر المعلومات الفنية اللازمة لمساعدة اعضاء التنظيم في اداء مهام معينة، او لكي يلعبوا ادواراً محددة، وثالثها: انها توفر المعلومات اللازمة لصانعي القرار، وآخرها انها تخلق روح الانتماء والولاء للمنظمة(٢١).

ومن ناحية اخرى تحتاج اية منظمة لاداء وظائفها وتحقيق اهدافها بصورة مرضية الى الثقة بذاتها، وان تستشعر وجودها وهويتها في البيئة التي اوجدتها لتعمل داخل محيطها، وهي تلجأ في سبيل ذلك الى جذب الاهتمام بوجودها وانشطتها وانجازاتها، مستخدمة في ذلك وسائل الاعلام الجماهيري(٢٢). وهو ما يسمى في علوم الاعلام بتكوين صورة ذهنية ايجابية عن المنظمة. وعلاوة على ذلك، فإن اي كيان يعمل في النطاق الدولي محكوم عليه بالتفسخ ثم الانهيار اذا عجز عن الحصول على، او تقديم المعلومات التي

---

(٢٠) حول هذه النقطة، انظر: مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ط ٣ (القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٤)، ج ١، ص ٣٧ ـ ٤٤، و

James Strouse, *The Mass Media, Public Opinion and Public Policy Analysis: Linkage Explorations* (Ohio: Charles E. Merrill, 1975), pp. 5-6.

(٢١) Walter Phillips Davison, «Functions of Mass Communication for the Collectivity,» in: Walter Phillips Davison and Frederick T. C. Yu, eds., *Mass Communication Research: Major Issues and Future Direction* (New York: Praeger, 1974), pp. 73-74.

(٢٢) المصدر نفسه، ص ٧٨ ـ ٧٩.

تفيده في التـواؤم والتكيّف مع البيئة التي يعمل في محيطها ويخضع للمتغيرات التي تحكمها وتوجهها(٢٣)، ولعل اخفاق عصبة الامم يقوم دليلاً على ذلك(٢٤).

اذن يعتمد نجاح جامعة الدول العربية وفعاليتها في اداء وظيفتها وبلوغ اهدافها القومية على مدى قدرتها على الاتصال بجماهيرها العربية. ويعترض الجامعة في هذا الصدد عدة معوقات، اهمها:

أ ـ ان الجماهير العربية لن تهتم بالجامعة العربية اذا ظلت كياناً بعيداً ومعزولاً عن مشكلاتها الحيوية والمباشرة، ولن يكون من السهل بناء دعم شعبي مؤيد للجامعة الا اذا قدمت الدليل الذي يثبت للجماهير العربية ان اهتماماتها القومية الحيوية تدعمها الجامعة وتسعى الى إشباعها(٢٥).

ب ـ إن انفجـار المعلومـات المصاحب للتقدم التكنولوجي في شتى المجالات يجعل من الصعب، ان لم يكن من المستحيل، على اية وسيلة اعلام عربية ان تنشر كل ما يتعلق بالجامعة او يصدر عنها من مواد اعلامية. فإذا اضيف الى ذلك الاعتقاد الشائع بين رجال الاعلام بأن القضايا السياسية الخلافية هي وحدها التي تستأثر باهتمام القراء، فإن النتيجة هي تجاهل وسائل الاعلام القطرية للانشطة والانجازات غير السياسية والتركيز على التمـزقات والخلاقات القطرية التي تشهدها الجامعة، ومن ثم يسود الاعتقاد بين الجمـاهير العـربية بأن الجـامعـة ليست الا منبراً او ميداناً للخلافات القطرية والجدل والمناورات السياسية بين الاقطار العربية. على انه ينبغي القول بأن هذه المشكلة تعد مشكلة عامـة تعـاني منهـا كل المنظمات الدولية(٢٦). وفي تقديرنا ان عدم ادراك هذه المشكلة التي تعـد إعـلامية في المقام الاول هو الذي أدى الى اعتقاد البعض بوجود تجاهل اعلامي متعمد من جانب الاقطار العربية لأنشطة الجامعة وانجازاتها(٢٧).

ج ـ ان كثرة الانتقادات الموجهة الى الجامعة كتنظيم قومي عربي من شأنها ان تضيف عوامـل إخفاق متراكمة الى اعباء الجامعة، وان تضاعف من الشعور بالاحباط

---

(٢٣) Al Hester, «International Information Flow,» in: Heinz Deitrich Fischer and John Merrill, eds., *International and Inter-Cultural Communication* (New York: Hastings House, [1976]), pp. 242- 244.

(٢٤) Dell G. Hitchner, «The Failure of the League: Lesson in Public Relations,» *Public Opinion Quarterly*, vol. 8, no. 1 (Spring 1944), pp. 61-71.

(٢٥) Gérard Herberichs, «On Theories of Public Opinion and International Organization,» *Public Opinion Quarterly*, vol. 30, no. 4 (Winter 1966), p. 626.

(٢٦) William R. Frye, «Press Coverage of the United Nations,» *International Organization*, vol. 10 (May 1956), pp. 276-277.

(٢٧) الموافي، «تأسيس جامعة الدول العربية،» ص ٧.

والفشل لدى القائمين على توجيه الجامعة وادارتها(٢٨). وان تحبط الانشطة التي تمارسها الجامعة في مواجهة العالم الخارجي.

د ـ كذلك فإن الممارسات القطرية تجاه القضايا العربية الرئيسية داخل الجامعة وخارجها، جعلت الجامعة رمزاً وشعاراً لمضمون قومي مفتقد في كثير من الاحيان، على الاقل امام الرأي العام العربي، وابرز مثال على ذلك الممارسات القطرية تجاه القضية الفلسطينية ذاتها التي جعلت من الجامعة، على ضعفها وعدم التزام الاقطار العربية بتنفيذ قراراتها، الجهاز المنوط به معالجة القضية. «وبذلك يكون كل قطر عربي قد برأ نفسه امام الرأي العام العربي بأن قال كلمة الحق الفلسطيني، وترك للجامعة تنفيذ المستحيل من قرارات يعلم صانعوها في مجلس الجامعة او غيره من المجالس، انها لا تنفذ لغياب البيئة الموضوعية والقدرات اللازمة لذلك، وحينئذٍ تبدو الجامعة العربية مقصّرة في حق العمل العربي، وبذلك تشكلت عن الجامعة في اذهان الرأي العام العربي صورة الجهاز العاجز، قليل الكفاءة، الغزير القرارات، ولم تجد هذه الصورة في الاقطار العربية من يصححها ويفسر للرأي العام العربي ان الجامعة لا تتخذ قرارات، وانما يتخذها مجلس الجامعة المشكل من ممثلي الاقطار العربية»(٢٩).

٢ ـ الاعلام العربي المشترك وقضية الوحدة العربية

حملت الجامعة معها منذ ميلادها ثلاثة تناقضات بارزة هي: فكر قومي يطمح الى تحقيق الوحدة العربية، وتدخّل حاد من البيئة الدولية، ومنطق القطرية والسيادة الوطنية(٣٠)، اي انها حملت تناقضاً بين طموحات التيار القومي، والاعتبارات الموضوعية التي تحدد علاقات اقطار عربية حديثة الاستقلال. ومن ثم حصر هذا التيار القومي في اطار منظمة اقليمية التزم اعضاؤها بحرفية نصوص ميثاقها. ولا شك ان جامعة الدول العربية تختلف تماماً اليوم عن الجامعة التي ولدت عام ١٩٤٥، ولا شك ايضاً ان المتغيرات التي تحكم الجامعة والوطن العربي تختلف كثيراً عن المتغيرات التي صاحبت ميلاد الجامعة وتطورها في سنواتها الاولى. وعلى الرغم من كبر حجم الجامعة وازدياد عدد اعضائها وامتداد وظائفها، فقد أثبتت التجارب طوال عمر الجامعة ان الحكومات العربية كثيراً ما تتجه الى تجاهل الوظائف الاساسية للمنظمة، مما افقدها القدرة على معالجة قضايا العرب المصيرية، او معالجة الخلافات العربية بنجاح. وهي لا تستطيع ان تفعل ذلك طالما بقيت الحكومات العربية لا تريدها ان تفعل، ولسنا نبالغ اذا قلنا ان بعض الافتراضات التي قامت عليها الجامعة قد اثبتت تجارب سبعة وثلاثين عاماً انها

---

(٢٨) Davison, «Functions of Mass Communication for the Collectivity,» p. 76.

(٢٩) مطر وهلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ص ١٥١.

(٣٠) المصدر نفسه، ص ١٤٠.

افتراضات واهية، وان الكثير من الآمال والطموحات القومية التي صاحبت ميلاد الجامعة قد منيت بالفشل. فقد أثبتت التجارب على سبيل المثال ان الجامعة ضعيفة الاثر كأداة للتنسيق بين السياسات القطرية او ضمان الامن الجماعي للعرب، او ممارسة انشطة العمل العربي الموحد.

وعلى الرغم من انه من السهل ارجاع اسباب قصور الجامعة الى اسباب خارجة عن إرادتها كمنظمة قومية، وعلى الرغم من الاتجاه الشائع في كثير من الاقطار العربية وفي مناسبات عديدة للاستخفاف بالجامعة والحط من مكانتها، فإنها لا تزال على المدى الطويل افضل اساس يستطيع الوطن العربي من خلاله ان يحقق لنفسه البقاء والتقدم بمشاركة كل اقطارها وتعاونها. فليس هناك على المدى الطويل بديل عن الجامعة. وفي تقديرنا ان المشكلة الاساسية التي تواجهنا كعرب، نستشعر وجودنا القومي ونسعى الى تجسيده، هي كيفية جعل هذه المنظمة اداة ناجحة في عملها السياسي، ولا خلاف على ان الحكومات العربية وحدها هي القادرة على جعلها اداة سياسية قادرة، ولا خلاف ايضاً على انه يتعين على العرب تقبل اخفاقات الجامعة وقصورها لا كدليل على الفشل في بلوغ الاهداف والغايات القومية ولكن كمظهر من مظاهر النمو التي لا بد من ان تمر بها اية منظمة تنمو وتتطور في ظروف واوضاع غير مواتية. وهذا الامر يتطلب منح الجامعة حق الاتصال بالشعوب العربية لشرح سياساتها وانجازاتها ومعوقات تطورها واسباب اخفاقها.

كذلك فإن تعاظم الدور الذي يمكن للجامعة ان تقوم به في مختلف الميادين يدل على مدى ادراك الاقطار العربية لحاجتها الى الجامعة. بيد ان اخضاع كل الانشطة غير السياسية للاعتبارات السياسية يعد عامل الهدم الاساسي لكل انشطة الجامعة ولكل مسعى تقوم به لبلوغ الاهداف القومية، ويحولها في كثير من الاحيان الى مجرد جهاز لإصدار قرارات او توصيات على ورق(٣١). والنتيجة النهائية هي ازدياد شعور الجماهير العربية بالاحباط وخيبة الامل. ولما كانت انجازات الجامعة السياسية او مساهماتها في حل قضايا العرب السياسية هي اهم ما يشغل الجماهير العربية اكثر من غيرها، فإن الواقع الفعلي بعيد جداً عما هو متوقع من الجامعة. ومن عوامل التبعثر وتفكك الشعور القومي، تلك الفكـرة القائلة بأن مشكلاتنا العربية يمكن، بل يجب، ان تحل بالوسائل والطرق غير المعلنة، او من خلال اتصالات واجراءات تتم بعيداً عن الجامعة، او مقررة سلفاً لتتولى الجامعة بعد ذلك تطبيقها او تنفيذها بعد الاتفاق عليها. ان هذه الفكرة الخاطئة مسؤولة في اعتقادنا عن كثير من الانتقادات التي توجه لأجهزة الجامعة التي تعمل في المجال

---

(٣١) حول تحييد العمل العربي المشترك في المجالات غير السياسية، انظر: سعدون حمادي، «الوسائل غير المباشرة لتحقيق الوحدة العربية،» المستقبل العربي، السنة ٤، العدد ٣٣ (تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨١)، ص ١٠.

السياسي، فإن نظرة الجماهير العربية الى الجامعة كمنظمة قومية على قدر كبير من الاهمية والخطورة. ولذا يتعين على الجامعة، على الرغم من قسوة الانتقادات التي توجه اليها، والتي تصدر في بعض الاحيان عن مشاعر الاستهتار بفكرة القومية العربية التي تسعى الجامعة الى تجسيدها، ان تسعى بشتى السبل الى كسب تفهم الجماهير العربية لما تضطلع به من اعباء وما تقوم به من جهد لمعالجة اوضاع العرب والسير بهم تجاه الوحدة المنشودة؛ وذلك امر على الاقل يسير في المجالات غير السياسية، اذ كيف تستطيع الجامعة ان تؤدي وظائفها القومية، وان تجسد رموزها الوحدة العربية دون ان تلقى دعما شعبياً عربياً يكون له دوره مع الايام وتأثيره الايجابي على السياسات القطرية العربية.

ويقع على الاعلام العربي المشترك مسؤولية تنمية الروح القومية، والايمان بالوحدة العربية من خلال «التركيز على وحدة الاهداف والمصير، وتعميق الايمان بالوحدة العربية»[٣٢] و «التأكيد على حتمية الوحدة العربية منطلقاً للعمل العربي المشترك»[٣٣].

٣ ـ حاجة العمل العربي المشترك الى الاعلام العربي المشترك

وتشكل الجامعة بعد ذلك الوعاء الذي تتناغم فيه السياسات والممارسات القطرية لتشكل نسقاً عربياً قومياً. واذا كان هذا التنظيم القومي لم يستطع حتى الآن ـ لاعتبارات خارجة عن إرادته ـ ان يوجد السياسات والممارسات القطرية في اشكالها وميادينها كافة ليكوّن منها ارادة عربية موحدة امام الجماهير العربية، وهو ما ادى في بعض الاحيان الى تعذر وجود اعلام عربي مشترك موجه الى الجماهير العربية[٣٤]، فإن مغزى وجود الجامعة كتنظيم قومي يجسد الطموحات القومية يتطلب في حد ذاته اعلاماً عربياً مشتركاً موجهاً الى الجماهير العربية، فهذه الجماهير مهما تنافرت نزعاتها العقائدية عليها ان تدرك ان العمل العربي المشترك الذي شاءت الظروف ان تجسده الجامعة حالياً له الاولوية على كل الايديولوجيات والممارسات القطرية. وينبغي ان يتفوق الانتماء القومي على الانتماء القطري حتى تتكون مع الزمن ارادة شعبية عربية او رأي عام عربي قادر على دفع الحكومات العربية لاتخاذ مواقف اكثر ايجابية لتحقيق اهداف هذا التنظيم القومي

---

(٣٢) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٣٧٦/ د ـ ٤٨/ جـ ١٢)، ١٥ كانون الثاني/ يناير ١٩٦٨ بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الطارىء في بنزرت في الفترة من ٢٧ الى ٣٠ ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧.

(٣٣) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرار الامين العام رقم ٩٤ بتاريخ ١٩ آب/ اغسطس ١٩٦٩ بشأن تسيير العمل الاعلامي،».

(٣٤) مطر وهلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ص ١٤٥.

وفلسفته[٣٥]. وليس ادل على ذلك من ان الجامعة ـ على الرغم من عدم وجود استراتيجية سياسية عربية واضحة ـ استطاعت بعد انتقالها الى تونس ان تنجز اعلامياً مكانة مرموقة، وان تحقق للعمل العربي المشترك، وبخاصة في المجال الاقتصادي الوعي الكافي على الصعيدين القومي والدولي[٣٦].

وعلى الصعيد الدولي، يعد الاعلام العربي المشترك احدى ادوات ممارسة السياسة العربية المشتركة. وان القول بعدم وجود سياسة عربية خارجية موحدة على اطلاقه قول مجحف بالارادة العربية القومية. فعلى الرغم من حالات التنافر والتشرذم في الواقع العربي، فإن للعرب ملامح وسمات سياسية خارجية موحدة تمثل الاطار العام الذي تتفق عليه السياسات الخارجية القطرية. ويتعين على الاعلام العربي المشترك ان يكون اداة من ادوات ممارستها. فالدفاع اعلامياً عن القضية الفلسطينية مسؤولية قومية في المقام الاول، وتصحيح صورة العرب في العالم الغربي مسؤولية قومية، ودعم الحوار العربي ـ الاوروبي من مسؤوليات الاعلام العربي المشترك[٣٧]، ومعالجة الانتقادات ومشاعر عدم الثقة والاحباط التي تكتنف التعاون العربي ـ الافريقي[٣٨]، هي ايضاً من مسؤوليات الاعلام العربي المشترك. . . الخ. وعلاوة على ذلك، فإن الاعلام العربي المشترك هو اداة العرب القومية لممارسة الدبلوماسية الشعبية والاتصال بالمؤسسات التي تصنع السياسة او تؤثر في عملية اتخاذ القرار وتوجيه الرأي العام، ونقل المعلومات، وهي دبلوماسية لا غنى عنها الى جانب الدبلوماسية التقليدية بالنسبة لقضايا العرب القومية[٣٩]. واخيراً قد يكون من نافلة القول التأكيد على ان مواجهة الدعاية الصهيونية مسؤولية قومية تقع اساساً على كاهل الاعلام العربي المشترك.

---

(٣٥) شكري، «كيفية تحديث جامعة الدول العربية،» ص ١٣٩.

(٣٦) مطر وهلال، المصدر نفسه، ص ١٤٥، وغسان العطية، «دور الجامعة في الاعلام،» ورقة قدمت الى: ندوة جامعة الدول العربية: الواقع والطموح، تونس، ٢٨ نيسان/ ابريل ـ ٢ ايار/ مايو ١٩٨٠، شارك فيها: علي محافظة، . . . (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣)، ص ٤٢٢ ـ ٤٢٣.

(٣٧) مصطفى المصمودي، «حول الحوار العربي ـ الاوروبي، ٩، الحوار اعلامياً،» السياسة الدولية، السنة ١٣، العدد ٤٩ (تموز/ يوليو ١٩٧٧)، ص ٢٤٧.

(٣٨) عبد الملك عودة، «تقويم تجربة التعاون العربي ـ الافريقي،» المستقبل العربي، السنة ٦، العدد ٥٣ (تموز/ يوليو ١٩٨٣)، ص ٨٦ ـ ٨٧ و٩٢.

(٣٩) عن الدبلوماسية الشعبية، انظر: فاضل زكي، «الدبلوماسية الذرية ونماذجها المعاصرة،» السياسة الدولية، السنة ١٢، العدد ٤٣ (كانون الثاني/ يناير ١٩٧٦)، ص ١٤٥ ـ ١٤٦؛ محمد علي العويني، العلاقات الدولية المعاصرة: النظرية والتطبيق والاستخدامات الاعلامية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٢)، ص ١١٢ ـ ١١٣ و٣١٧ ـ ٣٢٠، و Bryan Wedge, «Communication Analysis and Comprehensive Diplomacy,» in: Arthur S. Hoffman, ed., *International Communication and the New Diplomacy* (Bloomington: Indiana University Press, 1968), pp. 24-31.

الفصل الثاني

تخطيط الاعلام العربي المشترك

يقتضي تحقيق اهداف العرب القومية تخطيط سياسات اعلامية قومية تقوي وتدعم روح العمل العربي المشترك، وتضمن افضل استخدام للقدرات العربية في السعي لبلوغ الاهداف القومية في ضوء التطورات والمتغيرات القومية والدولية. وفضلاً عن ذلك يعد تخطيط الاعلام العربي على المستوى القومي ضرورة قومية تمليها اعتبارات تتعلق بالتنمية الشاملة للامة العربية وتوظيف الاعلام لخدمة خطط التنمية، الى جانب ضرورات البقاء الحضاري الذي يهدده النمو الاعلامي، الذي يتم في اتجاهات متعارضة ومتناقضة داخل الوطن العربي.

ولا ينبغي ان يكون التخطيط الاعلامي على المستوى القومي قيداً على حرية كل قطر عربي في تقدير ظروفه المحلية واعطائها العناية الواجبة عند رسم سياساته الاعلامية. ومن ثم يتعين التوفيق بين النظرة القومية والنظرة القطرية لضمان قدرٍ من المرونة للتخطيط الاعلامي على المستوى القومي، يمكن ان يرقى الى درجة التكامل او يزيل التناقضات بين المنطلقات القطرية للتخطيط الاعلامي. ويطرح الاستاذ يحيى ابو بكر فكرة التعايش المنظم التي تعني التنسيق والتكامل اللذين يشكلان ادنى درجات الادراك المرحلي لحقيقة الاعتبارات القومية في تخطيط الاعلام العربي[1].

ويمثل تخطيط الاعلام العربي على المستوى القومي مشكلة معقدة لعدة اسباب، منها تداخل الوطن العربي في دوائر وحركات وتنظيمات دولية عديدة تخلق بدورها

---

(١) يحيى ابو بكر، «التنسيق والتكامل في مجال التخطيط الاعلامي على المستوى القومي،» في: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، قضية التخطيط الاعلامي في الوطن العربي (القاهرة: المنظمة، ١٩٨٠)، ص ١٥٨ - ١٥٩.

اهتمامات قد يكون مجال الاشتراك او التباعد فيها غير واضح[٢]، وقد يكون ترتيب الاولويات على المستوى القومي امراً عسيراً تحكمه اعتبارات قطرية؛ ومنها صعوبة وضع سياسات اعلامية كاملة ومتكاملة لأن الاعلام بطبيعته متعدد الابعاد الى حد كبير، ويغطي مجالات مختلفة متصلة بتفكير المجتمع وسلوكه وقيمه ومعتقداته واحتياجاته... الخ. ومن الصعب ان نجد خطة اعلامية قومية تتضمن كل اوجه النشاط الاعلامي[٣]. ومن هذه الصعوبات ايضاً عدم وجود احساس قوي حتى الآن لدى غالبية الاقطار العربية بأهمية التخطيط الاعلامي، واهمية وضع سياسات اعلامية، وربما كان لدى بعض الاقطار العربية سياسات اعلامية، ولكنها لا تغطي كل القطاعات، ونادراً ما يتم تحقيق التكامل بين سياسات القطاعات المختلفة، وقد لا تتفق سياسات القطاعات المختلفة مع بعضها، او مع ميادين السياسة العريضة الموضوعة لقطاع الاعلام، والاخطر من ذلك انه قد لا يتم ربط السياسة الاعلامية بخطط التنمية بشكل فعال[٤]. وعلى الرغم من اهمية هذه الصعوبات، فإن الصعوبة الاكبر تكمن في اختلاف السياسات القطرية الخارجية. صحيح ان السياسة العربية في اطار الجامعة العربية تمثل صورة من صور الاتفاق بين الاقطار العربية، ولذا يطلق على مخرجاتها تعبير العمل العربي المشترك. وصحيح ايضاً ان الاعلام العربي المشترك وسيلة من وسائل مباشرة السياسة العربية المشتركة، الا ان غلبة النزعات والمصالح القطرية على الروح والمصالح القومية كثيراً ما تمثل عوامل احباط عند وضع السياسات الاعلامية القومية وتنفيذها، بل وكثيراً ما تحوّل هذه السياسات الى مجرد افكار او تصورات نظرية تشغل الباحثين اكثر مما تشغل القائمين على الاعلام القطري الذين يتعين عليهم المشاركة في تنفيذ هذه السياسات، وهو ما سيتضح في الصفحات التالية.

أولاً: مفهوم تخطيط الاعلام العربي المشترك

يقوم مفهوم الاعلام العربي المشترك على السعي لإحداث تغيير ايجابي في الرأي العام «العالمي» بتصحيح صورة الانسان العربي، وإيضاح الحقائق المتعلقة بالامة العربية، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية، واقامة جسر من التفاهم البنّاء مع جميع شعوب العالم في خدمة التعاون والتضامن العالمي مع العرب وقضاياهم، باستخدام كل وسائل الاتصال، وفقاً لخطط وبرامج تتفق عليها الاقطار العربية من خلال اجهزة الجامعة العربية في تنسيق وتكامل مع الخطط والبرامج القطرية. وعلى هذا، فخطط وبرامج الاعلام

---

(٢) المصدر نفسه، ص ١٥٤ ـ ١٥٥.
(٣) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المصدر نفسه، المقدمة، ص ٩ ـ ١٠.
(٤) المصدر نفسه.

العربي المشترك ليست تكراراً للخطط والبرامج الاعلامية القطرية التي يضعها كل قطر عربي في اطار سياسته الخارجية، ولكنها تعبير عن تحرك اعلامي عربي مشترك، وتنسيق وتكامل للجهود الاعلامية العربية لبلوغ هدف قومي مشترك. ومن هنا تبدو اهمية التنسيق والتكامل في كل مرحلة من مراحل التخطيط والمتابعة، حيث يتحدد لكل جهاز من اجهزة الاعلام العربي المشترك دور واضح لا يتعارض او يتداخل مع ادوار وواجبات بقية الاجهزة والتنظيمات الحكومية وغير الحكومية في الوطن العربي، وخاصة تلك التي تسهم في انشطة الاعلام العربي المشترك. كما تبدو اهمية توفير قدر من المرونة وسرعة الاستجابة لمقتضيات الاحداث والتطورات، والقدرة على قياس نتائج كل مرحلة من مراحل التنفيذ لتصحيح المسار للوصول الى هذا الهدف القومي المشترك(٥).

ثانياً: اجهزة رسم السياسة وصنع القرار

تتعدد اجهزة رسم السياسات الاعلامية في نطاق الاعلام العربي المشترك، وهي وإن كانت تتدرج في مستواها وقوة قراراتها، فإنها في الغالب تمارس الوظائف والمهام نفسها مما يطيل عملية التخطيط ورسم السياسات، ويوفر للمصالح والنزعات القطرية ان تراجع اولاً بأول عملية رسم السياسات، ويتضح ذلك من العرض التالي لهذه الاجهزة:

١ ـ **مؤتمرات القمة العربية**: يصدر عن هذه المؤتمرات قرارات تؤثر تأثيراً جوهرياً على عملية تخطيط ورسم سياسة الاعلام العربي المشترك. فإلى جانب البيانات السياسية التي تصدر عن هذه المؤتمرات، وتشكل اساساً المنطلقات الاعلامية لمضمون رسالة الاعلام العربي المشترك، فإنه يصدر عن بعض مؤتمرات القمة قرارات تتضمن اما إنشاء اجهزة اعلامية، او الموافقة على تمويل مشروعات اعلامية كصندوق الدعوة العربية.

٢ ـ **مجلس الجامعة**: يعد المجلس، بحكم ميثاق الجامعة، صاحب السلطة العليا سياسياً وقانونياً في رسم سياسة واتخاذ قرارات الاعلام العربي المشترك مثله مثل باقي مجالات العمل العربي المشترك. وعلى ذلك فليست بقية الهيئات التي تشارك في تخطيط ورسم السياسات الاعلامية سوى هيئات واجهزة ثانوية ليست لها صلاحيات اتخاذ قرارات نهائية، بغضّ النظر عن مستوى تمثيلها.

٣ ـ **مجلس وزراء الاعلام العرب**: نشأ هذا المجلس تنفيذاً لقرار مؤتمر القمة العربي

---

(٥) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ورقة عمل عن برامج الاعلام العربي حتى عام ١٩٨٠ للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦.

الاول عام ١٩٦٤ الذي دعا وزراء الاعلام في الاقطار العربية الى انشاء مجلس يدرس جميع الشؤون المتعلقة بالاعلام، ويشرف عليها. وقد أصدر مجلس الجامعة في ٢١ ايار/ مايو ١٩٦٤ قراره رقم (٢٠٠٥) بانشاء مجلس وزراء الاعلام العرب، الذي يجتمع مرة في العام كلما دعت الضرورة بناء على طلب الامين العام للجامعة، او بناء على اقتراح قطر عربي او اكثر، ويتولى اساساً الاشراف على وضع سياسة إعلامية عربية مشتركة، وتطويرها على اساس سليم ووطيد من «تخطيط واضح واهداف جلية». وعلى هذا ترفع الى المجلس جميع تقارير الادارة العامة للاعلام، وتوصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي، ولجان رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية في الخارج لدراستها ثم صياغة توصيات بشأنها تتحول الى قرارات بعد موافقة مجلس الجامعة عليها[٦]. وقد ينعقد مجلس وزراء الاعلام العرب على مستوى مجلس الجامعة كما حدث في دور انعقاده في دمشق في شباط/ فبراير ١٩٦٦[٧]. ومع ذلك لا تصبح توصياته قرارات إلا بعد ان يوافق عليها مجلس الجامعة.

٤ ـ **اللجنة الدائمة للاعلام العربي**: يمكن القول بأن نقطة البدء في التخطيط الاعلامي المنظم على المستوى القومي تمثلت في انعقاد المؤتمر الاول لخبراء الاعلام العرب عام ١٩٥٩ في اطار جامعة الدول العربية، والذي انبثقت منه فكرة تشكيل اللجنة الدائمة للاعلام العربي، على غرار اللجان الدائمة المنصوص عليها في ميثاق الجامعة. وقد أوصى المؤتمر بأن تشكل هذه اللجنة من رؤساء اجهزة الاعلام وكبار المختصين في حكومات الاقطار العربية[٨]، وتتولى اللجنة مراقبة اعمال الادارة العامة للاعلام وجميع مكاتبها، «ورسم الخطط العامة لسياسة الاعلام العربية، وتنسيق جهود الدول العربية الاعضاء فيما يختص بهذا الشأن»، و «اعداد الميزانية السنوية للاعلام بالتعاون مع الامانة العامة». ويتبع اللجنة الدائمة للاعلام جهازين معاونين، هما:

أ ـ **المكتب الدائم للاعلام العربي**: ويتولى تنسيق اعمال الادارة العامة للاعلام ووزارات الاعلام في الاقطار العربية، ويتكوّن من الملحقين الصحفيين في السفارات

---

(٦) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٠٠٥/ د ـ ٤١) ايار/ مايو ١٩٦٤ بالموافقة على انشاء مجلس وزراء الاعلام العرب، وغسان العطية، «دور الجامعة العربية في الاعلام،» ورقة قدمت الى: ندوة جامعة الدول العربية: الواقع والطموح، تونس، ٢٨ نيسان/ ابريل ـ ٢ ايار/ مايو ١٩٨٠، شارك فيها: علي محافظة، . . . (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣)، ص ٤١٧ ـ ٤١٨.

(٧) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرارات مجلس الجامعة في دور انعقاده العادي الرابع والاربعين على مستوى وزراء الاعلام العرب، دمشق، شباط/ فبراير ١٩٦٦.

(٨) العطية، المصدر نفسه، ص ٤١٨، وابو بكر، «التنسيق والتكامل في مجال التخطيط الاعلامي على المستوى القومي،» ص ١٥٥.

العربية في عاصمة القطر المضيف الى جانب ممثل لهذا القطر. ويعد المكتب ممثلاً للجنة الدائمة للاعلام، ومسؤولاً عن اعماله امامها. وقد عُدل تشكيل المكتب واصبح يتكوّن من ثلاثة، او اكثر، من خبراء الاعلام تختارهم اللجنة الدائمة كل عام، على ان يكون من بينهم ممثل لمنظمة التحرير الفلسطينية، ويرأس المكتب رئيس اللجنة الدائمة للاعلام، ويجوز للملحقين الصحفيين في السفارات العربية حضور اجتماعاته التي تعقد مرة كل شهر.

ب ـ **صندوق الاعلام العربي المشترك**: ويتولى مساعدة اللجنة للاعلام في تصريف القضايا المالية، وتوفير دخل من مصادر اضافية، ويخضع الصندوق لإشراف اللجنة.

وقد كان لانشاء اللجنة الدائمة اهمية خاصة بالنسبة لعملية صنع السياسات الاعلامية؛ لأن انشاءها دل على رغبة الاقطار العربية في الاشتراك بصورة مباشرة في تخطيط الاعلام العربي المشترك وتنفيذه، بدلاً من اشتراكها بصورة غير مباشرة من خلال الامانة العامة. فطبقاً للانظمة الداخلية للجان الدائمة، فإن للجنة الدائمة للاعلام حق الوصول مباشرة الى مجلس الجامعة، حيث تتخذ القرارات الرئيسية خاصة القرارات المتعلقة بالنواحي المالية. ومن ناحية اخرى، اظهر إنشاء اللجنة الدائمة العناية الكبيرة التي اولتها الاقطار العربية للوظيفة الاعلامية للجامعة، فقد كان عمل اللجان مقصوراً بموجب الميثاق على المجالات التي لها اهمية خاصة للوطن العربي في مجالات الاقتصاد والشؤون المالية والثقافية والاجتماعية والصحية والقانونية، ثم اضيف اليها الاعلام بانشاء اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

وانتقلت اللجنة الدائمة للاعلام الى مرتبة ثانوية بعد انشاء مجلس وزراء الاعلام العرب، حيث صار يتعيّن عليها ان تجتمع قبل انعقاد المجلس بقليل لدراسة برامج الاعلام التي نفذتها الاقطار العربية منفردة او مجتمعة من خلال الجامعة، ومتابعة تنفيذ قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب واقتراح الخطط الاعلامية.

وتجتمع اللجنة الدائمة للاعلام في شهري شباط/ فبراير وآب/ اغسطس من كل عام، وكلما دعت الضرورة الى ذلك، بناء على دعوة من رئيسها الذي تختاره ويوافق عليه مجلس الجامعة(٩).

---

(٩) راسم محمد الجمال، «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية،» (اطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠)، ص ١٦٨ ـ ١٦٩، وعبد الرحمن الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول (بيروت: الدار المتحدة للنشر، ١٩٧٤)، ص ٧٢ ـ ٧٦.

٥ ـ الادارة العامة للاعلام: ظلت الادارة العامة للاعلام لا تلعب دوراً رئيسياً في تخطيط الاعلام العربي المشترك حتى انتقال الجامعة الى تونس، حيث انحصرت وظيفتها في هذا الصدد في:

أ ـ جمع المعلومات واعداد بعض البحوث والدراسات التي تبنى عليها الخطط.

ب ـ اعداد مشروعات برامج اعلامية طويلة المدى، وعرضها على مجلس الجامعة للنظر فيها واتخاذ ما يراه بشأنها(١٠).

ثم اتسعت مهام الادارة العامة للاعلام التخطيطية مع اعادة تنظيم جهاز الاعلام بعد انتقال مقر الجامعة الى تونس، حيث تحملت الادارة العامة مسؤولية اعداد مشروع استراتيجية العمل العربي المشترك على «مختلف الساحات الدولية»، بالتعاون والتنسيق مع المنظمات العربية المتخصصة والاجهزة الاعلامية القطرية، والمشاركة في اعداد البرامج الكفيلة بتحقيق اهداف استراتيجية العمل الاعلامي العربي المشترك ومتابعة تنفيذها وتقويم نتائجها بالتعاون والتنسيق مع المنظمات العربية المتخصصة والاجهزة الاعلامية القطرية(١١).

وثمة اجهزة تنتمي الى جامعة الدول العربية تعاون في تخطيط الاعلام العربي المشترك من خلال توفير المعلومات الفنية او التوصية ببرامج اعلامية معينة ترفع الى الاجهزة الرئيسية كل في مجال اختصاصها. وقد بدأ إنشاء هذه الاجهزة في الستينات كوكالات مساعدة شبه مستقلة، وهي:

ـ المجلس الاعلى لتعزيز الثقافة العربية.

ـ اللجنة العربية المشتركة للسينما.

ـ اتحاد اذاعات الدول العربية.

ـ اللجنة العربية للمعارض.

ـ الاتحاد السياحي العربي.

والى جانب اجهزة التخطيط المركزي السابقة، ثمة اجهزة تخطيط وتنسيق في عواصم الدول التي توجد فيها مكاتب إعلام تابعة للجامعة وظيفتها تنسيق النشاط

---

(١٠) المصدر نفسه، ص ٧٨ ـ ٧٩، ومحمد علي العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ٨.

(١١) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،» تونس، تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٨١، ملحق رقم (٣)، ص ١٦ ـ ١٨.

الاعلامي في هذه الدول بين السلك الدبلوماسي العربي، ومكاتب الجامعة، ومكاتب الاعلام القطرية، ووضع خطط مشتركة. ومعنى ذلك ان ثمة تكاملاً وتنسيقاً بين الاعلام القطري والاعلام العربي المشترك على مستوى الممارسة العملية في العالم الخارجي.

وقد قرر مجلس وزراء الاعلام في اول اجتماع له في آذار/ مارس ١٩٦٤ إنشاء ثلاث لجان هي:

(١) **لجنة رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية**: وتتكون من رؤساء البعثات الدبلوماسية والقنصلية العربية، ومديري مكاتب الجامعة، وتتولى تحديد اوجه التنسيق والتعاون وتبادل الرأي والاتفاق على خطط اعلامية مشتركة والاشراف على تنفيذها. وتجتمع هذه اللجان في مطلع كل شهر او كلما دعت الحاجة.

(٢) **اللجنة الاعلامية**: وتوجد في عواصم الدول التي فيها مكاتب اعلامية تابعة للجامعة. وتتكوّن من مدير المكتب ومديري مكاتب الاعلام القطرية التابعة للاقطار العربية. وتعقد هذه اللجان اجتماعات نصف شهرية لتدارس الموقف الاعلامي العربي، وتبادل المعلومات والتخطيط للأنشطة الاعلامية العربية في هذه العواصم.

(٣) **اللجنة الاقتصادية**: وتتكون من القائمين على الشؤون الاقتصادية والتجارية في السفارات العربية في الخارج، ومهمتها الاولى دراسة المصالح الاقتصادية العربية في الدول التي يعملون فيها، وتعقّب النشاط الاسرائيلي الاقتصادي واقتراح سبل التصدي له، ومساندة المكتب الرئيسي للمقاطعة في عمله، والى جانب ذلك تعاون هذه اللجان الاقتصادية مكاتب اعلام الجامعة في عملها وفي الاتصال بقيادات الرأي العام، وتركّز اتصالاتها على دوائر الاعمال وقيادات النشاط الاقتصادي، وتجتمع هذه اللجان كل شهر او كلما دعت الحاجة[١٢].

(٤) **اللجنة الثقافية**: وتضم الملحقين الثقافيين بالسفارات العربية وتتولى بحث المسائل الخاصة بالعلاقات الثقافية بين الاقطار العربية والدول الممثلين لديها. وتعمل كل هذه اللجان تحت اشراف لجنة رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية[١٣].

---

(١٢) صلاح صبري، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور» (بحث مقدم لدبلوم العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٧٣)، ص ٩٧. (دراسة غير منشورة)

(١٣) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ١٩.

ثالثاً: عملية صناعة قرارات الاعلام العربي المشترك

عندما يتخذ احد مؤتمرات القمة العربية قراراً ذا مضمون اعلامي، يتولى مجلس الجامعة إعادة صياغته واصداره طبقاً لقواعد وضوابط عملية صناعة القرارات الاعلامية مع اعطائه الاولوية عند التنفيذ. والصورة النمطية لعملية صنع القرارات والسياسات الاعلامية في اطار الاعلام العربي المشترك تبدأ في الغالب من جانب الادارة العامة للاعلام التي تقوم بمبادرة من جانبها او بتكليف من مجلس الجامعة او مجلس وزراء الاعلام العرب او اللجنة الدائمة للاعلام باقتراح مشروعات الخطط والبرامج الاعلامية، وترفعها الى اللجنة الدائمة للاعلام التي تقوم بدراستها مع التركيز على النواحي المادية، وتصدر توصيات بشأنها تمهيداً لعرضها على مجلس وزراء الاعلام الذي غالباً ما يوافق عليها كما هي، او يدخل عليها بعض التعديلات الشكلية.

وغالباً ما يوافق مجلس الجامعة هو الآخر على توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب كما هي، الا فيما يختص بالنواحي المالية، حيث تتدخل اللجنة المالية المنبثقة عن المجلس وتعدل القرارات في ضوء الاعتبارات المالية[١٤]، وهو ما يعد في حد ذاته عقبة امام وضع السياسات والقرارات الاعلامية وتنفيذها نتيجة لعدم دراية اللجنة المالية، وتغليب الاعتبارات المالية على الاعتبارات الموضوعية الفنية. وبعد موافقة المجلس تتولى الادارة العامة للاعلام اتخاذ الاجراءات العملية لتنفيذ القرار.

اما المكتب الدائم للاعلام العربي، فيبحث المشروعات المحالة اليه من الادارة العامة للاعلام مباشرة، او من الاقطار العربية والمؤسسات الاعلامية القطرية[١٥]، ويصدر توصيات بشأنها يرفعها الى اللجنة الدائمة للاعلام.

وتنطوي عملية رسم السياسة واتخاذ القرارات الاعلامية الخاصة بالاعلام العربي المشترك على خصائص ايجابية واخرى سلبية. وتتمثل الخصائص الايجابية في ان رسم السياسة واتخاذ القرارات الاعلامية بهذا الشكل ينطوي على التزام شخصي من جانب المشتركين في اتخاذ القرارات في الاقطار العربية بتنفيذها. وتبدو اهمية هذه النقطة من

---

(١٤) انظر مثلاً لجامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٩٤٧/ د ـ ٥٧/ جـ ٤)، القاهرة، ١٦ آذار/ مارس ١٩٧٢، بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الثامن؛ قرار رقم (٢٩٧٣/ د ـ ٥٨/ جـ ٢)، القاهرة، ١٣ ايلول/ سبتمبر ١٩٧٢، بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي، وقرار رقم (٣٠٣٢/ د ـ ٩٥/ جـ ٢)، القاهرة، ٧ نيسان/ ابريل ١٩٧٣، بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي التاسع.

(١٥) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ٧٧.

ان اهمية اي قرار سياسي في الوطن العربي تقاس بنفوذ واضع القرار الذي يشترك في الاجتماعات التي يتخذ فيها القرار. ومعنى ذلك اننا كلما اقتربنا من مستوى القمة في عملية صنع السياسة واتخاذ القرار كلما توافر لدينا ضمان اكبر لتغليب المصالح القومية على المصالح القطرية، وكلما بعدنا عن مستوى القمة كلما تغلبت الاخيرة على الاولى. ولذلك يلاحظ ان القرارات التي تتناول الاعلام العربي المشترك يقل الاهتمام بتنفيذها كلما قل المستوى الذي صدرت عنه. ويرى بعض الباحثين ان «تعدد هذه الاجهزة وشمول رسالتها او تخصصها يوفر قدراً كافياً من التنسيق بين خططها ومشروعاتها وبرامجها لتتكون منها شبكة تخطيط قومية تعمل في تعاون وثيق بهدف تحقيق التكامل في التخطيط الاعلامي ورسم التصور النظري والعملي والتنفيذي لمسؤوليات المستقبل القريب والمتوسط والبعيد المدى، والاتفاق على المعايير التقنية وغير التقنية والمعنوية للانشطة الاعلامية العربية، وايجاد الرابطة الوثيقة التي لا يمكن الا ان تكون رابطة عضوية بين المعايير القومية»(١٦).

ولا يؤيد واقع تخطيط الاعلام العربي المشترك هذا التصور، فإن تعدد هذه الاجهزة لم يؤدِّ، ولا يمكن ان يؤدي، في ضوء وضعيتها الحالية، الى تكوين شبكة تخطيط قومية، او الى خلق تنسيق وتكامل بين سياسات الاعلام القطرية؛ لأن النسبة الغالبة من قرارات او توصيات هذه الاجهزة لا تنفذ. ويمكن اثبات ذلك بمقارنة الانشطة والبرامج التي تتضمنها خطط الاعلام العربي المشترك بتقارير الانشطة المنفذة التي تبعث بها مكاتب الاعلام في الخارج الى الادارة العامة للاعلام. وفي رأينا، ان كل الذي توفره هذه الاجهزة المتعددة انها تتيح الفرصة في المقام الاول لمستويات قطرية مختلفة للمشاركة في تخطيط الاعلام العربي المشترك، والتعرف على الافكار والخبرات المطروحة ومناقشتها، ومحاولة الوصول الى رأي عربي موحد حيال المشكلات الاعلامية المطروحة. وهذا الرأي او التصور العربي الموحد او المشترك هو اكبر انجاز فعلي يحققه لنا تعدد اجهزة رسم السياسة واتخاذ القرار.

ومن الخصائص السلبية ان تعدد هذه الاجهزة يؤدي الى عرقلة عملية صنع السياسة واتخاذ القرار بشكل خطير؛ فقد حددت مهام هذه الاجهزة بعبارات عامة، او بصورة مبهمة كما مر بنا. فعلى الرغم من انه في الامكان تمييز الخطوط التي تفصل بين سلطات هذه الاجهزة، فإنه من الصعب اكتشاف حدود مسؤولياتها. وعلى الرغم من ان المسؤولين انفسهم يشتركون في عدد من هذه الهيئات، اذ كثيراً ما يمثل مديرو وزارات الاعلام مثلاً وزراء الاعلام في مجلس وزراء الاعلام العرب، واللجنة الدائمة للاعلام وبالتالي يناقشون ويضعون سياسة واحدة الى حد ما، فإن تعدد هذه الاجهزة يؤدي الى مضاعفة

---

(١٦) ابو بكر، «التنسيق والتكامل في مجال التخطيط الاعلامي على المستوى القومي،» ص ١٦٦.

الجهود في عملية وضع الابحاث والخطط واتخاذ القرارات، ومتابعة التنفيذ والتقويم . . . الخ، وبالتالي زيادة الصعوبات التي تواجهها الجامعة في وضع وإدارة سياسة ثابتة وموحدة[17].

فإذا اضيف الى ذلك ضعف كفاءة بعض هذه الاجهزة، وعدم انتظام حضور ممثلي الاقطار لاجتماعاتها[18]، وضعف مستوى كفاءة بعض ممثلي الاقطار العربية، وعدم إلمامهم بطبيعة وظيفة الاعلام الدولي او طبيعة الوظيفة الاتصالية لمنظمة دولية[19]، اتضح ان تعدد هذه الاجهزة على هذا النحو ليس في صالح تخطيط الاعلام العربي المشترك.

بيد ان اخطر سلبيات تعدد اجهزة رسم السياسة الاعلامية وصنع القرار، هي تلك الناجمة عن سيطرة المصالح القطرية. فعلى الرغم من ان هذه المشكلة عامة بالنسبة لكل المنظمات الدولية، فإنها اكثر تعقيداً بالنسبة لجامعة الدول العربية بسبب نظام التصويت فيها، الذي يتطلب الاجماع بالنسبة للقرارات الرئيسية، ويضع الاتفاق، حتى في حالة الوصول اليه في شكل قرارات تفوض الدول الاعضاء، او تطلب منها او تحثها على تنفيذها. ومن هنا يتوقف تطبيق هذه القرارات على مدى توافقه مع تحديد الاقطار العربية لمصالحها الوطنية[20].

رابعاً: الاهداف الاستراتيجية والسياسة العامة

يمكن القول بأن الهدف الاستراتيجي للاعلام العربي المشترك هو «إحداث تغيير ايجابي في الرأي العام العالمي بتصحيح صورة الانسان العربي، وايضاح الحقائق المتعلقة بقضايا الامة العربية وفي مقدمتها قضية فلسطين، وإقامة جسر من التفاهم البنّاء مع جميع شعوب العالم في خدمة التعاون الدولي والتضامن العالمي مع امتنا والتعاطف مع قضاياها مستخدماً في ذلك جميع وسائل الاعلام (الاتصال)، ومستعيناً بالرصيد الحضاري للامة العربية، وبمعطيات التقدم ومؤشرات التنمية في الوطن العربي»[21].

---

(١٧) الزامل، المصدر نفسه، ص ٨٧ ـ ٨٨.

(١٨) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٢١٤/ د ـ ٤٥/ جـ ٢)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٦ بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

(١٩) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٤١.

(٢٠) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ٨٥ ـ ٨٦.

(٢١) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ورقة عمل عن برامج الاعلام العربي حتى عام ١٩٨٠ للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦، ص ١؛ جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده =

بيد أنه على الرغم من وجود هدف استراتيجي ثابت نسبياً ومتفق عليه من جميع الاقطار العربية، فإنهم لم يضعوا سياسة اعلامية مشتركة وثابتة للاسباب التالية:

١ ـ ان ميثاق جامعة الدول العربية جعل الهدف الاول للجامعة هو تقوية الانشطة غير السياسية و«دخول المعترك السياسي بصورة عرضية فقط»؛ وهو ما أثر بصورة مباشرة على الانشطة الاعلامية للمنظمة المرتبطة ارتباطاً عضوياً بالانشطة السياسية، ولم يحدد للجامعة دوراً محدداً في المجال السياسي، خاصة في مجال السياسة الخارجية المرتبطة ايضاً ارتباطاً عضوياً بالوظيفة الاعلامية للمنظمة، واللذين قد يتم الاعراب فيهما عن وجهات نظر قطرية متباينة تؤدي الى زعزعة اسس التعاون بين الاقطار العربية. وقد كان الاعتقاد السائد بين الاقطار العربية التي كانت حديثة الاستقلال عند انشاء الجامعة «ان السياسة الخارجية بصفتها الميدان الذي تقتصر فيها السيادة على الدولة المختصة، ان يترك امرها لتلك الدولة، وان اي اجراء يؤدي الى التخلي عن سيادة الدولة في هذا المجال، كتخويل سلطة تنسيق هذه السياسات الخارجية للاقطار العربية الى الجامعة يشكل في حد ذاته اعتداء على سيادة الاقطار العربية واستقلالها»[٢٢]. وقد نجم عن غياب السياسة العربية الخارجية المشتركة، غياب السياسة العامة المشتركة في مجال الاعلام.

٢ ـ ويرتبط بما سبق وضعية القضية الفلسطينية كقضية جوهرية في المخطط الاعلامي لكل قطر عربي. وهذا الوجود يقتضي في حد ذاته تكاملاً وتنسيقاً اعلامياً على المستوى القومي العربي. وعلى الرغم من اهتمام اجهزة التخطيط القومية بهذه القضية، فإن غياب السياسة العربية الخارجية تجاه القضية أثّر تأثيراً كبيراً على وضع السياسات الاعلامية للاعلام العربي المشترك، لا سيما ان القضية الفلسطينية والقضايا المتفرعة عنها تشكل جوهر الاعلام العربي المشترك. ومن ناحية اخرى، فإن التطورات السريعة التي مر بها الصراع العربي ـ الاسرائيلي، واختلاف المواقف القطرية ازاءها ادت الى سرعة تطور وتغيير سياسات واهداف الاعلام العربي المشترك، اذ تضطر الاقطار العربية ازاء هذه التطورات الى اعادة النظر مع كل تطور في سياساتها واهدافها الاعلامية بدلاً من الالتزام الثابت بالسياسات الاعلامية الطويلة الامد. وعلى الرغم من ان اعادة النظر في هذه السياسات يعد في حد ذاته عنصراً ايجابياً في عملية رسم السياسة الاعلامية، الا ان الشكل والسرعة والارتجال التي تتم بها هذه العملية قد حالت دون وضع سياسة ثابتة يسير

= العادي الثالث عشر،» تونس، ١ ـ ٢ آب/ اغسطس ١٩٧٧، قرار رقم (١)، وسليم اليافي، «رسالة الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» ورقة قدمت الى: منظمة العمل العربية، ندوة الصحافة العمالية والاعلام في مجال العمل، القاهرة، ١ ـ ١١ ايلول/ سبتمبر ١٩٧٦، ص ١٧.

(٢٢) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ٤٥.

عليها الاعلام العربي المشترك لفترة محددة. وأدى ذلك بالتالي الى عدم الالتزام، في بعض الاحيان، بالاهداف الاستراتيجية التي تخدم العرب وقضاياهم المصيرية على المدى البعيد.

وقد قامت سياسة الاعلام العربي المشترك في البداية على الدعاية للاقطار العربية، بيد ان تطورات الصراع العربي ـ الاسرائيلي، وهجمات الدعاية الصهيونية على العرب والقومية العربية، وما نجم عنها من تدهور صورة العرب في العالم الغربي، وما ارتبط بها من تدهور الاوضاع السياسية على الساحة العربية في الخمسينات، قد حول السياسة الاعلامية الى شرح وجهة النظر العربية والدفاع عن حقوق العرب وعدالة قضاياهم.

ثم حدث تطور في السياسة الاعلامية العربية المشتركة بعد العدوان الثلاثي على مصر عام ١٩٥٦، ففي عام ١٩٥٩ وضعت لجنة من الخبراء العرب تصوراتها للاعلام العربي المشترك، متضمنة ما يمكن اعتباره، تجاوزاً، سياسة إعلامية مشتركة تقوم على تصحيح صورة العرب، والدفاع عن حقوقهم.

ووضع مجلس وزراء الاعلام العرب في اول دورة له عام ١٩٦٤ اول سياسة اعلامية مشتركة للتنفيذ على الصعيدين القومي والدولي، وسعت هذه السياسة على الصعيد القومي الى:

- تعزيز الوحدة العربية.
- اطلاع الشعب العربي على اخطار الصهيونية.
- توحيد الصف العربي لتحرير فلسطين وغيرها من الاراضي العربية المحتلة.

اما على الصعيد الدولي، فقد دارت حول نقطتين اساسيتين، هما: تصحيح صورة العرب، ومواجهة الدعاية الصهيونية[٢٣]. ويرى الدكتور عبد الرحمن الزامل ان خطوط هذه السياسة الاعلامية التي اطلق عليها «اهدافاً» تعبر عن رغبة الاقطار العربية في رأب الصدع في السياسة الاعلامية الموحدة للجامعة، ورغبتها في تنسيق السياسات الاعلامية القطرية تعبيراً عن الروح القومية التي سادت مؤتمر القمة العربي الاول[٢٤]. وينبغي القول بأن الخطوط العامة للسياسة الاعلامية لا تعكس سياسة عربية خارجية موحدة بقدر ما تعكس رغبة الزعامات العربية في تقديم صورة متماسكة للوطن العربي بدليل استمرار

---

(٢٣) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الاول،» القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٤، ص ١٧ ـ ١٨.

(٢٤) الزامل، المصدر نفسه، ص ٦١ ـ ٦٣.

الخلافات والانقسامات القطرية بعد ذلك؛ وفضلاً عن ذلك لا تعبر هذه السياسة الاعلامية عن موقف محدد واضح للارادة العربية المشتركة تجاه الدول والشعوب التي تتجه اليها هذه السياسة. ويتضح ذلك على وجه الخصوص بالنسبة للولايات المتحدة الامريكية التي ـ على الرغم من الاهمية الخاصة التي اعطتها لها السياسة الاعلامية ـ اتخذت منها السياسة الاعلامية موقفاً معادياً من خلال «مواجهة الدعاية الاسرائيلية بفضح الطبيعة الصهيونية التوسعية للوجود الصهيوني ـ الاسرائيلي، ودوره كعميل امبريالي وتحالفه مع القوى الرجعية». ويجوز القول بأن الاقطار العربية التقدمية كانت انشط من الاقطار العربية المحافظة في توجيه هذه السياسة الاعلامية المشتركة وصياغتها.

ثم أعاد العرب تأكيد هذه الخطوط العامة للسياسة الاعلامية بعد هزيمة ١٩٦٧، حيث عقد مجلس وزراء الاعلام العرب جلسة طارئة في بنزرت بتونس في ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧ بناء على طلب مؤتمر القمة العربي الذي عقد في الخرطوم قبل ذلك بشهر واحد، ودعا الى إحداث تغيير جذري في سياسة الاعلام العربي المشترك. واعد مجلس وزراء الاعلام بيانات بالاهداف والمبادىء التي يتبعها الاعلام العربي المشترك. وقد جاءت المبادىء والاهداف التي تخص الشعوب العربية تكراراً لمثيلاتها التي وضعت عام ١٩٦٤، مع التركيز على متطلبات الاوضاع التي نجمت عن هزيمة ١٩٦٧، حيث نصت على ما يلي:

ـ تعزيز التضامن العربي والتركيز على وحدة الاهداف والمصير، وتعميق الايمان بالوحدة العربية و«التنبيه» الى الخطر الداهم الذي تمثله قوى الصهيونية.

ـ توعية الشعب العربي بمتطلبات المرحلة في سبيل الرقي و«القوة الحقيقية للاشعاع الحضاري».

ـ نشر الوعي بالمفاهيم الصحيحة للقومية العربية، ومقاومة الاتجاهات التي تناهض اماني الشعب العربي.

ـ ترسيخ ايمان المواطن العربي بالمقدسات والقيم الروحية.

ـ تبصير الجماهير العربية بابعاد المعركة وتعبئتها ضد العدوان.

ـ التركيز على ما قرره مؤتمر الخرطوم من عدم الصلح مع اسرائيل او الاعتراف بها او التفاوض معها، والتمسك بحق الشعب الفلسطيني في وطنه.

اما خطوط السياسة الاعلامية المشتركة فيما يتعلق بالعالم الخارجي فكانت:

ـ التعريف بالامة العربية وتاريخها وعدم تعصبها، وبعدالة القضية العربية، وبوجه خاص قضية تحرير الشعب الفلسطيني والاراضي العربية المحتلة.

- كشف السياسة الاسرائيلية العنصرية والتوسعية والنشاط الصهيوني في العالم.
- التعريف بقضية اللاجئين الفلسطينيين[٢٥].

وعلى الرغم من عمومية هذه السياسة، وصياغة خطوطها العامة صياغة إنشائية، وكونها سياسة اعلامية دفاعية في مواجهة الدعاية الصهيونية، فإنها عكست قرارات مؤتمر القمة العربي في الخرطوم الخاصة بالموقف مع اسرائيل، وعبرت عنه، وحاولت علاج الموقف السائد في الوطن العربي، واتخذت زمام المبادرة في بعض الجوانب الخاصة بالقضية الفلسطينية والانسان العربي[٢٦].

وقد ظل هذا البيان يوفر التعريف المبدئي باهداف الاعلام العربي المشترك الى ان طرحت مبادرة السلام المصرية مع اسرائيل عام ١٩٧٧. وهو بهذا يشكل اساس السياسة الاعلامية المشتركة على المستويين القومي والدولي. وقد اكد هذه السياسة والمبادىء وطورها واضاف اليها قرارات وبيانات ودراسات صدرت في نطاق الاعلام العربي المشترك سيرد الحديث عنها تفصيلياً في الفصل الخامس، الذي يتناول الرسالة الاعلامية للاعلام العربي المشترك.

وتعتبر السياسة الاعلامية المشتركة التي وضعها العرب بعد نقل مقر الجامعة الى تونس اكثر السياسات الاعلامية نضجاً لأنها لم تكتف بتحديد مرتكزات الاعلام العربي، ولكنها تطرقت الى ابعاد اخرى في الاعلام العربي المشترك وقدمت لنا سياسة اعلامية اكثر شمولاً عن سابقاتها يمكن ايجازها فيما يلي:

(١) عزل الاعلام العربي المشترك، خاصة ذلك الموجه الى خارج الوطن العربي، عن الخلافات والتناقضات القطرية، والتأكيد على القاسم العربي المشترك في مواجهة التحديات الصهيونية، وهو تأكيد تماسك الوطن العربي وقدرته على معالجة ازمة الشرق الاوسط بعد تجميد عضوية مصر في الجامعة العربية، وعزلها عن العمل العربي المشترك.

(٢) ضرورة تعميق النظرة الشمولية في المعالجة الاعلامية لقضايا العرب، بحيث تشمل القضايا السياسية والاقتصادية والحضارية والثقافية، وهو تطور في ادراك وفهم العرب لوظيفة الاعلام الدولي.

(٣) التأكيد على اهمية التنسيق الاعلامي على المستوى العربي والدولي، وهو ما

---

(٢٥) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الطارىء ببنزرت، تونس، ٢٧ - ٣٠ ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧».

(٢٦) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٥١.

يعني التنسيق بين الاعلام القطري والاعلام العربي المشترك.

(٤) الاستفادة من الطاقات الاعلامية للجاليات العربية في الدول الاجنبية، وتعزيز وتنسيق عمل المنظمات والجمعيات الصديقة في الخارج.

(٥) ضرورة تحقيق تواجد اعلامي عربي في الدول النامية.

(٦) مخاطبة الجماهير المستهدفة في ضوء الادوار المطلوبة منها، من خلال منطلقات اعلامية تناسب جماهير كل منطقة جغرافية مستهدفة.

(٧) التركيز على ثلاث نقاط اساسية في مضمون الاعلام العربي، وهي:

(أ) ان القضية الفلسطينية هي جوهر الصراع في قضية الشرق الاوسط، وان الحل العادل للقضية يكمن في الاعتراف بحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره على ارضه، واقامة دولته المستقلة، والاعتراف بأن منظمة التحرير الفلسطينية هي الممثل الشرعي والوحيد للشعب الفلسطيني والتأكيد على ان السلام العادل لا يتحقق الا بانسحاب اسرائيل من كل الاراضي العربية المحتلة.

(ب) تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي، وتأكيد رغبتهم في التقارب والتعاون مع كل دول العالم، وحرصهم على مساعدة دول العالم الثالث اقتصادياً.

(ج) تأكيد حق العرب في الحصول على التكنولوجيا الحديثة في شتى المجالات لتنمية مجتمعاتهم، وللاسهام في تقليل الفوارق الاقتصادية بين الدول المتقدمة والدول النامية[٢٧].

خامساً: متطلبات الاعلام العربي المشترك

يفتقر تخطيط الاعلام العربي المشترك الى مجموعة من المتطلبات الاساسية التي يؤدي فقدانها الى ظهوره في كثير من الاحيان في صورة محاولات اعتباطية او تصورات مستقبلية غير مبنية على اسس علمية. فإلى جانب الاعتبارات السياسية والتحفظات القطرية التي تعد المعوّق الاساسي لأي تخطيط اعلامي سليم على مستوى العمل العربي المشترك، تأتي مجموعة من المتطلبات العلمية والفنية التي يفتقر اليها الاعلام العربي المشترك، اهمها في تقديرنا ما يلي:

١ ـ نقص المعلومات والبحوث التي يبنى عليها التخطيط: ولا يخفى اهمية المعلومات

---

(٢٧) محمد علي العويني، الاعلام العربي الدولي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤)، الفصل ١٤.

في التخطيط الاعلامي مهما كان مستواه. فالعرب لا يعرفون على وجه التحديد حجم الطاقات الاعلامية المتوافرة لديهم، ولا يعرفون ايضاً الاستخدام الامثل لهذه الطاقة لتحقيق الاهداف القومية. وقد سعت الامانة العامة للجامعة منذ عام ١٩٧٧ في محاولة جادة لاجراء مسح اعلامي شامل للطاقات الاعلامية المتاحة للعرب داخل الوطن العربي وخارجه، واصدر مجلس وزراء الاعلام العرب قراراً أشار فيه الى انه «نظراً لأهمية هذا الموضوع كواحد من الركائز الاساسية لكل تخطيط وجهد إعلامي ناجح، ولخطورته بسبب ارتباطه بمجمل استراتيجية العمل الاعلامي العربي سواء لكل قطر عربي او للامة العربية جمعاء، يوصي المجلس وزارات الاعلام العربية والاجهزة والهيئات والاتحادات المهنية المتخصصة والامانة العامة للجامعة بتقديم كل البيانات والمعلومات المطلوبة لانجاز هذا المسح، على ان يقوم باجراء المسح وتبويبه وتحليل نتائجه، خبراء ومتخصصون عرب، تقدم لهم كل التسهيلات اللازمة، وفيما يتعلق باجراء المسح الاعلامي في بعض الدول الاجنبية بهدف وضع الخطط الاعلامية او تبادل المعلومات لدراسة مردود التدفق الاعلامي العربي، فإن المجلس يوافق على استخدام كل الوسائل المتاحة التي تتوفر امام الامانة العامة للجامعة»(٢٨). وعلى الرغم من ادراك وزراء الاعلام العرب لاهمية هذا المسح، فإن عدداً كبيراً من وزارات الاعلام العربية قابلت الاستبيان الذي ورد اليها من الجامعة لاستيفاء المعلومات عن اجهزتها الاعلامية بقدر كبير من اللامبالاة والسلبية، والاقطار العربية القليلة التي اجابت جاءت اجاباتها ناقصة، او غير وافية باغراض المسح الشامل، ومن ناحية اخرى فإن هناك شبه انعدام للصلة بين بحوث الاعلام والسياسات الاعلامية العربية على المستويين القطري والقومي(٢٩).

٢ ـ ادى عدم ادراك العرب لاهمية التخطيط الاعلامي على المستوى القطري، وضعف مستوى القائمين على التخطيط الاعلامي على المستوى القومي الى عدم تكامل الخطط الاعلامية الموضوعة، حيث يلاحظ عليها ما يلي:

أ ـ انها تكاد تقتصر على التخطيط للوسائل الاعلامية المستخدمة في كثير من الاحيان.

ب ـ لا يرتبط بالخطط الاصلية خطط معاونة او بديلة او تفصيلية متفرعة عنها.

ج ـ لا تتضمن الخطط الاعلامية الموضوعة تحديداً لكيفية متابعتها او قياس آثارها.

د ـ يفتقر تخطيط الاعلام العربي المشترك الى الاستراتيجية والمرونة. فكثيراً ما

---

(٢٨) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثالث عشر،» قرار رقم (٥).

(٢٩) يحيى ابو بكر، «تحرير الاعلام العربي،» المستقبل العربي، السنة ٢، العدد ١٢ (شباط/ فبراير ١٩٨٠)، ص ٥٩.

ينجم عن توقف او عرقلة تنفيذ بعض الخطط الاعلامية، الشروع في وضع خطط جديدة. كما يلاحظ ان هذه الخطط الجديدة كثيراً ما تختلف شكلاًوموضوعاًعن الخطط السابقة عليها.

هـ ـ كثيراً ما لا تتضمن الخطط الموضوعة تحديداً للموارد البشرية والمادية المتاحة عند تنفيذ الخطة او التى ستتاح خلال فترة التنفيذ(٣٠).

٣ ـ يجري تخطيط الاعلام العربي المشترك في غياب المعلومات الدقيقة عن الجماهير المستهدفة، حيث لا يتوافر للاجهزة العربية القائمة بالتخطيط معلومات تفصيلية، كيفية وكمية، عن الجماهير المستهدفة، وآرائها، واتجاهاتها، وخصائصها العامة من النواحي الجغرافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفسية، وقادة الرأي وناقلي المعلومات. فالادارة العامة للاعلام لا تملك التفويض او الجهاز الفني والاداري ولا الامكانات المالية التي تمكنها من اجراء بحوث الرأي العام(٣١). وغالباً ما تعتمد في تعويض هذا النقص في معلوماتها عن جماهيرها على الطرق التالية:

أ ـ تقوم مكاتب اعلام الجامعة في الخارج بموافاة الادارة العامة للاعلام شهرياً بتقارير عما ينشر عن الوطن العربي، وقضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي في وسائل الاعلام التي تخدمها. ويطلق على هذه التقارير خطأ اسم «اتجاهات الرأي العام»، او «اتجاهات الصحافة». وتتضمن هذه التقارير تلخيصاً او عرضاً، مع مقتطفات لما نشر، ولا تتضمن تحليلاً علمياً لمضمون ما نشر. وتقوم الادارة العامة للاعلام باعداد ملخص تحليلي للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام عن اتجاهات الصحافة العالمية في كل من الولايات المتحدة الامريكية وفرنسا والمملكة المتحدة وسويسرا والمانيا الغربية وايطاليا واسبانيا حول قضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي، وذلك بهدف «ابراز المؤشرات والخطوط العريضة لأهم اتجاهات الصحافة العالمية في ترتيب يجمع بين العامل الزمني والعامل الموضوعي من خلال اتجاهات الصحافة العالمية» في الدول السابق ذكرها(٣٢).

---

(٣٠) سعد لبيب، «اعتبارات اساسية في التخطيط الاعلامي على المدى البعيد في الوطن العربي،» في: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، قضية التخطيط الاعلامي في الوطن العربي، ص ١٢٦.

(٣١) مقابلة شخصية مع الاستاذ سليم اليافي.

(٣٢) انظر مثلاً: لجامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ملخص تحليلي عن اتجاهات الصحافة العالمية في الولايات المتحدة وفرنسا والمملكة المتحدة وسويسرا والمانيا وايطاليا واسبانيا، في الفترة من ايار/ مايو الى تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٧٦،»؛ «ملخص تحليلي عن اتجاهات الصحافة العالمية في الولايات المتحدة وفرنسا والمملكة المتحدة وسويسرا والمانيا وايطاليا واسبانيا، في الفترة من كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٧ ـ نيسان/ ابريل ١٩٧٧،»؛ جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، مكتب باريس، «تقارير عن اتجاهات الرأي العام الفرنسي خلال الشهور من آب/ اغسطس الى كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٧،» وجامعة الدول العربية، الادارة=

ب ـ ومن ناحية اخرى، تقوم مكاتب الاعلام في الخارج بموافاة الادارة العامة للاعلام بتقارير شهرية عن الانشطة الاعلامية الصهيونية، وعما ينشر في وسائل الاعلام في الدول التي تخدمها هذه المكاتب تأييداً لاسرائيل. وتقوم الادارة العامة للاعلام ايضاً باعداد تقارير في هذا الشأن تعرضها على اللجنة الدائمة للاعلام من اجل «رصد المحتوى الدعائي المعادي وتبين الاساليب والاسس المستخدمة لتنفيذها والرد عليها»(٣٣).

ولا شك ان كل هذه المصادر تقدّم بيانات مفيدة الى حد ما للعاملين في مجال الاعلام العربي المشترك، بيد انها لا تقدم بيانات شاملة ودقيقة عن الجماهير المستهدفة، وتترك تخطيط الاعلام العربي المشترك ليبدأ من الفراغ وينتهي الى الفراغ، او تضطره للاعتماد على التصورات والتخمينات العشوائية التي لا تفيد كثيراً.

سادساً: اشكال التخطيط الاعلامي

يأخذ الاعلام العربي المشترك بالتخطيط طويل المدى والتخطيط قصير المدى. ويتبع التخطيط طويل المدى لبلوغ الاهداف الاستراتيجية في محاولة لحشد وتنسيق امكانات العرب الاعلامية القومية والقطرية لبلوغها، مثل تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي ومحاربة الدعاية الصهيونية، وشرح وجهة النظر العربية في الصراع العربي - الاسرائيلي... الخ. وقد تقوم الخطط الاعلامية طويلة الاجل على توزيع الادوار بين الاقطار العربية بالاشتراك مع الجامعة، او على حشد كل امكانات العمل العربي المشترك في مجال الاعلام. وتعتبر خطة التنسيق الاعلامي بين الاقطار العربية والجامعة التي وضعت عام ١٩٧٠ مثلاً على الشكل الاول، في حين تعتبر ورقة العمل عن برامج الاعلام الغربي للفترة من عام ١٩٧٦ الى عام ١٩٨٠ نموذجاً للشكل الثاني.

ويأخذ الاعلام العربي المشترك بالتخطيط قصير الاجل للتحرك الاعلامي في منطقة معينة خلال فترة زمنية محددة، قد تكون سنة او ستة اشهر، ومن امثلة هذه الخطط: خطة التحرك الاعلامي في افريقيا للنصف الاول من عام ١٩٧٥، وخطة التحرك الاعلامي في الولايات المتحدة الامريكية من اواخر عام ١٩٧٥ الى اواخر عام ١٩٧٦.

= العامة للاعلام، مكتب بون، «تقارير عن اتجاهات اجهزة الاعلام الالمانية ازاء قضايا الوطن العربي من شهر ايار/ مايو الى كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٧،».

(٣٣) انظر مثلاً: لجامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «الدعاية المضادة في الفترة من كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٥ الى نيسان/ ابريل ١٩٧٦،» و «تقرير عن النشاط المعادي من آب/ اغسطس ١٩٧٧ الى ايار/ مايو ١٩٧٨،».

الفصل الثالث

الاجهزة القائمة بالاتصال في نطاق الاعلام العربي المشترك

ثمة أجهزة وهيئات عربية عديدة تعمل في مجال جمع ومعالجة وتوفير المعلومات التي تتناول قضايا العرب القومية، كالمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، والمركز العربي للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية، ومنظمة اذاعات الدول الاسلامية، ومركز الابحاث في منظمة التحرير الفلسطينية، ومؤسسة الدراسات الفلسطينية، واتحاد اذاعات الدول العربية، واتحاد المؤرخين العرب، واتحاد وكالات الانباء العربية واتحاد الصحفيين العرب، والاتحاد العام للادباء والكتّاب العرب. بيد ان هذه الاجهزة والهيئات لا تمارس مهام اعلامية اساسية في نطاق الاعلام العربي المشترك، وان كانت قد صدرت مؤخراً قرارات وتوصيات من قبل الاجهزة المسؤولة عن الاعلام العربي المشترك في الجامعة العربية بتكليفها ببعض المهام الاعلامية المساعدة التي تخدم الاعلام العربي بوجه عام مثل إعداد دراسات عن المواد الاعلامية المتوافرة لديها، او الدعوة الى إعداد دراسات، او تزويد الادارة العامة للاعلام بمعلومات محددة كلٍ في مجال عملها، او تدريب كوادر اعلامية عربية، وما شابه ذلك[١]. وقد أدى انخراطُ هذه الاجهزة والهيئات في معالجة المعلومات التي تتناول قضايا العرب القومية الى وجود اعتقاد خاطىء لدى بعض الباحثين بأنها تمثل «منابع» الاعلام العربي المشترك، وبأنها تدخل في نطاق الاجهزة القائمة بالاعلام في الاعلام العربي المشترك[٢].

---

(١) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الخامس عشر،» تونس، ١٢ - ١٣ كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٩.

(٢) عبد الخبير محمود عطا، «الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية،» المستقبل العربي، السنة ١، العدد ٥ (كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩)، ص ١١٩.

اما الاجهزة العربية القائمة بالاعلام في نطاق الاعلام العربي المشترك فهي الادارة العامة للاعلام ومكاتبها الاعلامية في الخارج التي يتناولها هذا الفصل.

اولاً: تنظيم اجهزة الاعلام العربي المشترك

انشىء جهاز الاعلام في الجامعة في نيسان/ ابريل ١٩٤٦ كجهاز «للاستعلام والنشر»، وتحول عام ١٩٦٥ بالتعديل الذي طرأ على النظام الداخلي للامانة العامة ووافق عليه مجلس الجامعة بقراره رقم (٢١٢٧) الصادر في ٢٠ نيسان/ ابريل الى ادارة للاعلام[٣]، ثم تحول عام ١٩٧٣ الى ادارة عامة للاعلام بقرار مجلس الجامعة رقم (٣٠٥٩) الذي وافق فيه على النظام الداخلي للامانة العامة[٤]. وقد وافق مجلس الجامعة في قراره رقم (٢١٢٧) لعام ١٩٦٥ على اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام بالجامعة التي حددت وظائف جهاز الاعلام وتنظيمه. وقد تضمن الهيكل آنذاك اربعة اقسام: اولها، قسم التخطيط والتوجيه والمتابعة ويضم ثلاث شعب للدراسات، والوثائق والمعلومات، والعلاقات العامة. وثانيها، قسم للانتاج الاعلامي ويضم شعبتين، إحداهما للصحافة والمطبوعات والاخرى للسينما والاذاعة والتلفزيون والمعارض. وقسم ثالث للمكاتب الخارجية ويضم خمس شعب للامريكيتين واوروبا وافريقيا والشرق الاقصى وشعبة للتفتيش. وقسم رابع للشؤون الادارية يضم خمس شعب، للنسخ والشؤون الادارية والمحفوظات والطباعة والتوزيع[٥].

وقد مر تنظيم جهاز الاعلام بالجامعة بعد ذلك بعدة تطورات تناولت دمج بعض الوحدات الادارية مع بعضها او نقلها من قسم الى آخر حتى استقر شكل التنظيم عام ١٩٧٥[٦]. وصارت الادارة العامة للاعلام تضم ثلاث ادارات اساسية، الى جانب مكتب

---

(٣) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة، مادة رقم (٢)، مرفق رقم (٢).

(٤) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٣٠٥٩/ د ـ ٥٩/ جـ ١٤)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة لجامعة الدول العربية.

(٥) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، «اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي،» في: قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة، مادة رقم (٣)، مرفق رقم (٣).

(٦) حول تطور تنظيم جهاز الاعلام بالجامعة حتى انتقالها الى تونس، انظر: ارياف نور ابراهيم ريحاني، «تنظيم وادارة نشاط الاعلام بجامعة الدول العربية،» (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية التجارة، ١٩٧٣)، ص ١٣ ـ ١٤؛ راسم محمد الجمال، «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية،» (اطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠)؛ غسان العطية، «دور الجامعة العربية في الاعلام،» ورقة قدمت الى: ندوة جامعة الدول العربية: الواقع =

الادارة العامة للاعلام على النحو التالي[7]:

١ ـ ادارة الانتاج الاعلامي، وتضم:

أ ـ قسم التحرير والنشر والصحافة.

ب ـ قسم النشرات الدورية.

ج ـ قسم الاذاعة والتليفزيون والسينما.

د ـ قسم المعارض والاعلام السياحي.

٢ ـ ادارة الاعلام والعلاقات الخارجية، وتضم:

أ ـ قسم التخطيط الاعلامي.

ب ـ قسم المتابعة.

ج ـ قسم الندوات والمؤتمرات.

د ـ قسم المغتربين والاتحادات والمقاطعة.

هـ ـ قسم المكاتب الخارجية

٣ ـ ادارة الرأي العام والمعلومات.

وقد ظل تنظيم الادارة العامة للاعلام على هذا النحو حتى عام ١٩٨١ حين استحدث تنظيم جديد أشبه ما يكون بالتنظيم الذي كانت عليه قبل عام ١٩٧٥. وتتكوّن الادارة العامة الآن من ثلاث ادارات فرعية هي[8]:

(١) ادارة التخطيط الاعلامي والتنسيق.

(٢) إدارة الانتاج الاعلامي.

(٣) إدارة شؤون المكاتب.

بالاضافة الى مكتب الادارة العامة للاعلام.

= والطموح، تونس، ٢٨ نيسان/ ابريل ـ ٢ ايار/ مايو ١٩٨٠، شارك فيها: علي محافظة، ... (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣)، ص ٤١٢ ـ ٤٢٠، ومحمد علي العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ٨ ـ ١٢.

(٧) العويني، المصدر نفسه، ص ١٠.

(٨) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،» تونس، تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٨١، ملحق رقم (٣).

وتعتبر الوظيفة الاعلامية للجامعة إحدى الوظائف الاساسية للادارة العليا بحكم المادة الخامسة من النظام الداخلي للامانة العامة التي جعلت من الادارة العامة إحدى الوحدات الرئيسية التي تتألف منها الامانة العامة[9]، ويرأسها امين عام مساعد يعيّنه الامين العام ويكون مسؤولاً امامه عن سير اعمالها[10]. وتتبع الادارة العامة اسلوباً تنظيمياً يسميه اساتذة الاعلام باسلوب الاتصال المزدوج حيث تضم وحدات تنظيمية تخدم وسائل الاتصال، ووحدات تنظيمية تخدم الجماهير المستهدفة، الى جانب الوحدات الميدانية المتمثلة في مكاتب الاعلام العربي في الخارج والتي تتولى مسؤولية تنفيذ الوظيفة الاعلامية مباشرة[11].

ثانياً: وظائف الادارة العامة للاعلام

اما وظائف الادارة العامة للاعلام منذ عام ١٩٦٥ وحتى التطور الاخير في وظائفها، فقد حددتها اللائحة التنظيمية للادارة العامة للاعلام على النحو الآتي:

١ ـ تنسيق العمل الاعلامي في الجامعة وتوجيهه.

٢ ـ إعداد البحوث عن القضايا العربية، واتجاهات الرأي العام «العالمي» في مناطقه المختلفة، ومعالجة تقارير البحوث والمعلومات.

٣ ـ «إعداد المواد الاعلامية المختلفة وضمان وصولها الى غايتها»، وذلك من خلال:

أ ـ «تفهم التيارات الفكرية والحضارية والسياسية التي تسيطر على الرأي العام الخارجي، واستنباط خير الطرق للتأثير فيه، وبالتالي التعرف على اساليب الدعاية المعادية من استعمارية وصهيونية وما تضمه من برامج، والتخطيط لمواجهتها».

ب ـ «تجميع المواد الاخبارية والاعلامية عن الدول الاعضاء والقضايا العربية وابلاغها للمكاتب واجهزة الدعوة العربية في الخارج التي تقوم بدورها بصياغتها وابلاغها للرأي العام «العالمي» بوسائل الاتصال العامة المختلفة، وبواسطة ما تعقده من صلات بقيادات الرأي العام «العالمي»».

---

(٩) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٣٠٥٩/ د ـ ٥٩/ جـ ١٤)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة لجامعة الدول العربية، ملحق رقم (٢).

(١٠) المصدر نفسه، مادة رقم (٣).

(١١) حول اسلوب الاتصال المزدوج، انظر: علي ابراهيم عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨)، ص ٤٢؛ Bertrand Canfield and H. Frazier Moore, *Public Relations: Principles, Cases and Problems*, 6th ed. (Homewood, Ill.: Richard Irwin, 1973), pp. 94-95, and Lawrence Nolte, *Fundamentals of Public Relations: Professional Guidelines, Concepts and Integration* (New York: Pergamon Press, 1974), pp. 68-70, and 72-74.

ج ـ «وضع مشروعات اعلامية طويلة المدى والتوفر على تنفيذها»[١٢].

من الامور التي لا يختلف فيها اثنان من دراسة الوظائف الواردة في هذه اللائحة، انها تتسم بالتكرار الشديد وعدم الوضوح، وانها صيغت في عبارات إنشائية، فضلاً عن انهـا عهدت بوظائف محددة الى أكثر من وحدة تنظيمية، فعلى سبيل المثال: عهدت اللائحة بوظيفة إعداد بحوث ودراسات وعمليات تقويم اتجاهات الرأي العام «الاجنبي» الى قسم التخطيط الاعلامي وقسم المتابعة، وقسم المكاتب الخارجية، الى جانب ادارة الرأي العام والمعلومات[١٣]. فدل ذلك على العفوية والبعد عن المنهج العلمي السليم، وعدم فهم طبيعة الوظائف الاعلامية التي تنهض بها المنظمات الدولية.

بيد أن إعـادة تحديد وظائف الادارة العامة للاعلام عام ١٩٨١ جاءت اكثر دقة وشمولاً مما كانت عليه في اللائحة التنظيمية سالفة الذكر، اذ ربطت الوظائف الاعلامية للادارة العامة للاعلام بوظائف اجهزة الاعلام القطرية وبالوظائف الاعلامية للمنظمات العربية المتخصصة؛ تجسيداً ودفعاً للاعلام العربي المشترك.

ويمكن تقسيم الوظائف الحالية التي تنهض بها الادارة العامة للاعلام الى ست فئات على النحو التالي[١٤]:

١ ـ وظائف تخطيطية، وتشمل:

أ ـ اعداد مشروع استراتيجية العمل الاعلامي المشترك على مختلف الساحات الدولية بالتعاون والتنسيق مع المنظمات العربية المتخصصة، والاجهزة الاعلامية القطرية.

ب ـ المشـاركـة في اعـداد البـرامـج الكفيلة بتحقيق اهداف استراتيجية العمل الاعـلامي العـربي المشتـرك ومتـابعـة تنفيذهـا وتقـويم نتائجها بالتعاون والتنسيق مع المنظمات العربية المتخصصة والاجهزة الاعلامية القطرية.

٢ ـ وظائف تنسيقية، وتشمل:

أ ـ العمل على تنسيق العمل الاعلامي العربي المشترك.

ب ـ التعـاون والتنسيق مع المنظمات والهيئات والمؤسسات العربية والدولية في

---

(١٢) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة، الفصل الاول.

(١٣) المصدر نفسه، الفصل الثاني.

(١٤) جامعـة الـدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها»، تونس، تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٨١، ملحق رقم (٣)، ص ١٦ ـ ٢١.

مجال عقد الندوات والمؤتمرات والاجتماعات وتبادل الخبرات العربية والدولية

ج ـ توجيه العمـل الاعـلامي للمكاتب في الخارج وتنسيقه في ضوء القرارات الصادرة عن الامانة العامة والمجالس المتخصصة.

٣ ـ وظائف بحثية، وتشمل:

أ ـ رصد ومتابعة وتقويم اتجاهات الرأي العام العالمي تجاه القضايا العربية.

ب ـ إعداد الدراسات التي تطلبها المجالس المتخصصة في مجال الاعلام او اي دراسات ترى الامانة العامة تزويدها بها.

ج ـ رصد الاعلام المعادي والتصدي له.

٤ ـ وظائف تقويمية، وتشمل:

أ ـ متابعة اعمال اللجان الاعلامية في الخارج والتعاون معها والتنسيق بينها.

ب ـ تقويم الخطط والبرامج الاعلامية التي تضعها المكاتب في الخارج ومتابعتها.

٥ ـ وظائف انتاجية تقوم على السعي لانتاج المواد الاعلامية تلبية لمتطلبات التحرك الاعلامي العربي المشترك.

٦ ـ وظائف ادارية وتشمل:

أ ـ الاعـداد لاجتمـاعات اللجنة الدائمة للاعلام ومجلس وزراء الاعلام العرب ومتابعة توصياتها وقراراتها.

ب ـ القيام باعباء السكرتارية الفنية للجنة الدائمة للاعلام ومجلس وزراء الاعلام العرب.

ج ـ اعداد التقارير الدورية عن نشاط الادارة العامة للاعلام ورفعها الى الامين العام.

د ـ اعداد مشروع موازنة الادارة العامة للاعلام لرفعها الى الامين العام.

والى جانب ما سبق تحملت الادارة العامة للاعلام مسؤولية التعريف عربياً ودولياً بنشـاطـات الجـامعة المختلفة وكل المنظمات المنبثقة عنها والعاملة في مجال العمل العـربي المشتـرك. وهذا في تقديرنا اول تحديد علمي سليم لوظائف الجامعة العربية إعلامياً منذ إنشائها، واول ترجمة صحيحة لمفهوم الاعلام العربي المشترك، وأدق تعبير عن الاهداف والمسؤوليات القومية للجامعة.

وقـد جاءت وظـائف الادارات الفرعية المنبثقة عن الادارة العامة للاعلام لتحدد

بشكل ادق المهام والمسؤوليات الفعلية التي يتعيّن على جهاز الاعلام بالجامعة القيام بها لتجسيد الاعلام العربي المشترك وتطويره، وتحويله الى واقع بمبادرات من جانب الجامعة كتنظيم معبر عن الروح القومية للعرب، وحيث حددت مهام هذه الادارات الفرعية على النحو الآتي(١٥):

١ ـ ادارة التخطيط والتنسيق الاعلامي، وتختص بما يلي:

أ ـ وضع الخطط الرئيسية للادارة العامة للاعلام في ضوء توصيات اللجنة الدائمة للاعلام وقرارات مجلس وزراء الإعلام العرب ومجلس الجامعة ومؤتمرات القمة العربية، وتوجيهات الامين العام.

ب ـ القيام بالبحوث والدراسات اللازمة لاعداد وتطوير استراتيجية العمل الاعلامي العربي المشترك، وغيرها من الدراسات اللازمة لاعمال المجالس واللجان المتخصصة في شؤون الاعلام.

ج ـ تجميع وتصنيف الاحصاءات والبيانات والمعلومات اللازمة لمتابعة تنفيذ وتقويم استراتيجية العمل الاعلامي العربي المشترك، وذلك بالتعاون والتنسيق مع المنظمات العربية المتخصصة والمؤسسات القطرية.

د ـ تعميم نتائج الدراسات والبحوث في مجال الاعلام العربي والخارجي على الجهات المعنية.

هـ ـ وضع دراسات عن اتجاهات الرأي العام العالمي بالتعاون والتنسيق مع مكاتب الجامعة في الخارج واللجان الاعلامية والمنظمات العربية والدولية المتخصصة؛ بغية ترشيد التحرك الاعلامي على الساحة الدولية.

و ـ المشاركة في المؤتمرات والندوات والاجتماعات العربية والدولية والمتعلقة بالشؤون الاعلامية والسياسية.

ز ـ القيام بمهام السكرتارية الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب واللجنة الدائمة للاعلام العربي.

ح ـ التعاون والتنسيق مع الاتحادات المهنية العربية والدولية الممارسة لمهام إعلامية.

ط ـ القيام بمهام سكرتارية اللجنة التنفيذية لصندوق الاعلام الخاص.

---

(١٥) المصدر نفسه، ص ٢١ ـ ٢٦.

ي ـ التعاون والتنسيق مع المنظمات العربية والاسلامية والدولية في مجال الاعلام .

ك ـ التعاون مع المؤسسات العلمية ودُور النشر والتأليف العربية والاجنبية

ل ـ اعداد مشروع موازنة الادارة ورفعه لرئيس الادارة العامة للاعلام .

م ـ اعـداد تقرير دوري عن نشاطات الادارة وانجازاتها ورفعه الى رئيس الادارة العامة للاعلام .

٢ ـ ادارة الانتاج الاعلامي، وتختص بما يلي :

أ ـ انتاج المواد الاعلامية وفقاً لأهداف الخطط والبرامج الاعلامية ومتابعة مراحل تنفيذها والعمل على انجازها في مواعيدها المحددة والاشراف على توزيعها .

ب ـ دراسـة المشروعات الاعلامية التي ترد الى الادارة العامة للاعلام وتقويمها وابداء الرأي فيها .

ج ـ دراسة مشروعات الدعم للمواد الاعلامية التي تتقدم بها جهات خارجية واقتراح افضل الوسائل لتقديم هذا الدعم .

د ـ انجاز وإقامة المعارض والاشتراك في المعارض العربية والدولية بالتنسيق مع الجهات المعنية .

هـ ـ اعداد مشروعات التعاقد لتنفيذ المواد الاعلامية في حالة اسناد تنفيذها الى جهات خارجية ، وذلك بالاتفاق مع إدارة التخطيط .

و ـ اختيار المواد الاعلامية التي ترد الى الادارة العامة للاعلام او تعمل على اقتنائها واختيار صلاحيتها للعمل الاعلامي فنياً وإعلامياً .

ز ـ اختيار افضل الاشكال الاعلامية للتعبير عن موضوع إعلامي معين يقع ضمن برامج الادارة العامة للاعلام .

ح ـ الاعداد والمشاركة في المهرجانات الفنية والاعلامية والمؤتمرات والاجتماعات العربية والدولية التي تعنى بإنتاج المواد الاعلامية .

ط ـ العناية بالتعريف بنشاطات الجامعة العربية من خلال المواد الاعلامية التي تنتجها الادارة .

ي ـ اعداد مشروع الموازنة السنوية لادارة الانتاج الاعلامي .

ك ـ اعداد تقرير عن نشاط ادارة الانتاج الاعلامي ورفعه الى رئيس الادارة العامة للاعلام.

٣ ـ ادارة شؤون المكاتب الخارجية، وتتولى ما يلي:

أ ـ دراسة وتقويم ومتابعة تقارير المكاتب الخارجية.

ب ـ التنسيق بين عمل المكاتب الخارجية.

ج ـ تزويد المكاتب الاعلامية بالمواد الاعلامية والقرارات الصادرة عن الامانة العامة والمجالس المتخصصة.

د ـ متابعة تنفيذ الخطط والبرامج الاعلامية للمكاتب الخارجية وتنفيذها.

هـ ـ التنسيق مع سائر الادارات بالامانة العامة في المواضيع الاعلامية التي تهم المكاتب الخارجية.

و ـ الاعداد لندوات مديري المكاتب ومتابعة تنفيذ توصياتها.

ز ـ التعاون مع اللجان الاعلامية وجمعيات الصداقة ومتابعة اعمالها.

ح ـ الاطلاع على مختلف المراسلات التي تتم بين المكاتب الخارجية وادارات الامانة العامة.

ط ـ تنظيم كل ما يتصل بعمل الموظفين في المكاتب الخارجية.

ي ـ اعداد مشروع موازنة المكاتب الخارجية وتقويم ومتابعة الانفاق.

ك ـ تحديد قيمة الشرائح المالية التي تحول دورياً للمكاتب الخارجية.

ل ـ تقديم تقرير دوري عن نشاط المكاتب يرفع الى رئيس الادارة العامة للاعلام.

وقد أوردنا وظائف الادارات الفرعية التابعة للادارة العامة للاعلام للتدليل على ان الوظائف الاعلامية لجامعة الدول العربية تجسد وتخدم مفهوم واهداف الاعلام العربي المشترك،وانها تتسم بالشمول والتكامل، وهي بذلك تخدم ـ اذا نفذت بكفاءة ـ الاهداف القومية التي اقيمت من اجلها جامعة الدول العربية، وان توفر دعماً إعلامياً لقضايا العرب؛ فضلاً عن كونها وظائف ايجابية تقوم على مبادرات اساسية من جانب الجامعة، وتتوقف ممارستها بفعالية على تعاون الاقطار العربية، وصدق نواياها في جعل الجامعة اداة فعالة في العمل العربي المشترك. ومن ناحية اخرى، تتيح هذه الوظائف لجهاز الاعلام بالجامعة ان يلعب دوره كجهاز علاقات عامة مركزي للاقطار العربية، وللجامعة

ومنظماتها المتخصصة. وهي في النهاية تدل على تطور فهم العرب وادراكهم لدور الاعلام في خدمة قضاياهم.

مكاتب الجامعة

تمثل مكاتب الجامعة في الخارج المؤسسة الميدانية التي تقوم بمباشرة العملية الاتصالية العربية مع الجماهير المستهدفة خارج الوطن العربي، وتضم ١٧ مكتباً رئيسياً بالاضافة الى ثلاثة مكاتب فرعية، ويوجد في امريكا الشمالية خمسة مكاتب: في واشنطن وله فرع في نيويورك(١٦)، وفي شيكاغو وسان فرنسيسكو ودالاس وأتاوا، وسبعة مكاتب في اوروبا في: جنيف وبون وباريس وروما وبروكسل ومدريد ولندن، واثنان في آسيا: في طوكيو ونيودلهي، واثنان في امريكا اللاتينية، احدهما في برازيليا، والثاني في بيونس ايرس وله فرع في سانتياغو(١٧). واربعة مكاتب في افريقيا: في نيروبي وداكار واديس ابابا ولاغوس. ويمتد نشاط مكتب بروكسل الى هولندا، ويمتد نشاط مكتب نيروبي الى تنزانيا واوغنده، ويسعى مكتب داكار الى مد نشاطه الى غامبيا ومالي.

وليس للجامعة اية مكاتب في الدول الاشتراكية على الرغم من مشروعات القرارات التي قدمت الى مجلس الجامعة في هذا الشأن من قبل بعض الاقطار العربية التي تربطها علاقات وثيقة بالدول الاشتراكية نتيجة لتحفظ اقطار عربية اخرى(١٨). ولم تقتنع الاقطار العربية بأهمية توسيع نطاق نشاطها الاعلامي الى بقية دول العالم لعدة اسباب اهمها عدم فهم طبيعة الاتصال الدولي ودوره في دعم السياسات الخارجية للعرب، وتحفّظ بعض الاقطار العربية على افتتاح مكاتب اعلامية جديدة لأسباب مالية سيرد الحديث عنها في هذا الفصل(١٩). ولتعويض هذا النقص، تعتمد الجامعة في ممارسة وظيفتها الاتصالية في

---

(١٦) انفصل مكتب نيويورك عن مكتب مندوب الجامعة الدائم لدى الامم المتحدة منذ انتقال الجامعة الى تونس.

(١٧) انشىء مكتب فرع شيلي بناء على اقتراح منظمة التحرير الفلسطينية عام ١٩٦٦ بفتح هذا المكتب على ان يكون فرعاً لمكتب بيونس ايرس «لاحتمال» عدم موافقة حكومة شيلي على افتتاح مكتب للمنظمة لديها على إن تتحمل المنظمة كل الالتزامات المالية. انظر: جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٩٧/ د ـ ٤٤/ جـ ٩)، دمشق، ١٦ شباط/ فبراير ١٩٦٦.

(١٨) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ١٤.

(١٩) شهد عام ١٩٧٢ محاولات من بعض الاقطار العربية لمد نطاق الوظيفة الاعلامية للجامعة، حيث اقترحت سوريا افتتاح مكتب في هونغ هونغ، مما اكتفى مجلس وزراء الاعلام العرب بالاحاطة بمضمون الاقتراح. واقترحت دولة الامارات العربية المتحدة «دعم العمل الاعلامي العربي في الدول الصديقة والتوجه الى الرأي العام فيها، وعدم الاكتفاء بالصداقة القائمة على المستوى الرسمي»، واكتفى المجلس ايضاً بالاحاطة بمضمون الاقتراح، ووعدت الامانة العامة بتغطية الدول الصديقة اعلامياً من خلال برامج ايفاد المحاضرين الى الخارج. =

الدول الاشتراكية ودول عدم الانحياز على اللجان الاعلامية العربية التي تضم الملحقين الاعلاميين التابعين لسفارات الاقطار العربية التي لها تمثيل دبلوماسي في عواصم هذه الدول.

وتقوم مكاتب الجامعة في الخارج بأداء وظائف إعلامية في المقام الاول الى جانب المهام التمثيلية التي تقوم بها كمهام فرعية. وقد حددت «اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي» وظائف مكاتب الجامعة في فصلها الثاني بما يلي:

«تنحصر مهام هذه المكاتب في متابعة الحجج الصهيونية واساليبها والتعرف على اوجه نشاطها والتصدي لها بكافة وسائل الاتصال العامة، مع الحرص على عقد العلاقات مع قيادات الرأي العام العالمي»[٢٠]. وأردفت اللائحة: «وتتلقى هذه المكاتب الخطة والتوجيه من الادارة العامة للاعلام (ادارة الاعلام آنذاك) بالامانة العامة وتكون مسؤولة امامها عن التنفيذ، وتوافيها بتفاصيل ما تتخذه من اجراءات، وذلك على ان تتاح لها المرونة اللازمة بما تفرضه الظروف المحلية»[٢١].

وأوردت اللائحة مجموعة كبيرة من الوظائف المنوطة بالمكاتب، تتسم بالتكرار والصياغة العامة والانشائية يمكن ان نستخلص منها الوظائف التالية:

١ ـ تتولى المكاتب جمع المعلومات وتجميع كل ما ينشر عن الأقطار العربية ومنطقة الشرق الاوسط وافريقيا واسرائيل والصهيونية العالمية.

٢ ـ الدعاية للاقطار العربية و «الرد على الافتراءات والادعاءات الموجهة الى جامعة الدول العربية والاقطار العربية».

٣ ـ تدعيم العلاقات بين الجامعة والاقطار العربية من جهة والدول التي تعمل فيها المكاتب من جهة اخرى، وتوثيق الصلات مع رجال الاعلام في هذه الدول.

وخولت اللائحة المكاتب الاستعانة بشركات ومكاتب العلاقات العامة الدولية بعد الحصول على موافقة الادارة العامة للاعلام في كل حالة على حدة[٢٢].

ويلاحظ من كل ما سبق ان تنظيم جهاز الاعلام العربي المشترك يتبع اسلوباً تنظيمياً لا مركزياً في ممارسة عمله، حيث يحتفظ بالمقر بوظائف البحوث والتخطيط

= انظر: جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثامن،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٢، قرار رقم (١٣)، و(١٨).

(٢٠) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، «اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي،» الفصل الثاني، مادة رقم (٢/ ١).

(٢١) المصدر نفسه، والعطية، «دور الجامعة العربية في الاعلام،» ص ٤١٩.

(٢٢) المصدر نفسه.

والتقويم، وترك الجزء الاكبر من ممارسة الوظيفة الاعلامية الفعلية للمكاتب الاعلامية في الخارج لتأقلم وتواؤم الانشطة الاعلامية مع اهداف الاعلام العربي المشترك والاوضاع الداخلية في تلك الدول.

ثالثاً: العوامل المؤثرة في فعالية جهاز الاعلام

يجسد دور جامعة الدول العربية كجهاز قائم بالاتصال مدى الاختلاف والتفاوت الكبير بين المنطق والآمال القومية التي صاغت وظائف الجامعة الاعلامية وبين المصالح القطرية الضيقة والمحددة التي كانت وما زالت تحرص على حصر المنطق والآمال القومية التي تؤمن بضرورة وحتمية العمل العربي المشترك في اطار المصالح القطرية، ويتضح ذلك من الهيمنة الكاملة التي تفرضها الاقطار العربية على الاعلام العربي المشترك ومن تأثير الاوضاع والعلاقات العربية، والمواقف القطرية من تطورات الصراع العربي - الاسرائيلي. فقد هيمنت كل هذه الاعتبارات وأثرت على جهاز الاعلام العربي، وتجاوز دور الاقطار العربية دور الشريك الى دور المسيطر. وأدّى حرمان الجامعة حتى وقت قريب من حقها في الاتصال بالجماهير العربية، على عزل المنطق القومي عن المنطق القطري، فإذا اضيف الى ذلك قصور الامكانات البشرية والمادية الناجم ايضاً عن المصالح القطرية الضيقة، امكن القول بأن دور الجامعة كقائم بالاتصال اصبح دوراً ثانوياً و مساعداً لدور اجهزة الاعلام القطرية التي تباينت واختلفت منطلقاتها العلمية وتشتتت المصالح والآمال القومية في زخم وصخب المصالح القطرية.

وتتضح اولى مظاهر سيطرة المصالح القطرية في العجز البشري الذي تعاني منه

جدول رقم (١)

المؤهلات العلمية للعاملين في جهاز الاعلام بالجامعة عام ١٩٧٣

موظفون حاصلون على درجة الدكتوراه	٥
موظفون حاصلون على درجة الماجستير	٧
موظفون حاصلون على مؤهل جامعي	٥٥
موظفون حاصلون على مؤهل متوسط او بدون مؤهل ويؤدون وظائف إعلامية	١٧
موظفون حاصلون على مؤهل متوسط او بدون مؤهل ويؤدون وظائف ادارية	٦

المصدر: احتسبت من: صلاح صبري، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور،» (بحث مقدم لدبلوم العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٧٣)، ص ٨٦. (دراسة غير منشورة)

الادارة العامة للاعلام . ففي عام ١٩٧٣ ، كان جهاز الاعلام في الجامعة يتكون من ٩٠ موظفاً، منهم ٦٣ في الادارة العامة بالمقر، و٢٧ بالمكاتب الخارجية، وكانت مؤهلاتهم العلمية على النحو الذي ورد في الجدول رقم (١).

وكان ستة من غير المؤهلين جامعيا يشغلون مناصب مديري مكاتب اعلام في الخارج، او يشغلون مناصب رئيسية فيها[٢٣].

جدول رقم (٢)
الجهاز الوظيفي للعاملين بالادارة العامة للاعلام ١٩٧٥

مكتب الامين العام المساعد/رئيس الادارة العامة للاعلام:	
سكرتارية خاصة	١
الوحدة الادارية والمالية	٤
مكتب الادارة العامة :	
مدير المكتب	١
قسم العلاقات العامة	٣
قسم الارشيف	٣
قسم الآلة الكاتبة	٥
التلكس	٢
ادارة الانتاج الاعلامي :	
مدير الادارة	١
قسم المعارض والاعلام السياحي	١
قسم التحرير والنشر والصحافة	١
قسم الاذاعة والتليفزيون والسينما	٣
قسم النشرات الدورية	٨
إدارة الاعلام والعلاقات الخارجية :	
مدير الادارة	١
قسم الندوات والمؤتمرات	٢
قسم المغتربين والاتحادات والمقاطعة	١
قسم التخطيط الاعلامي	١
قسم المتابعة	١
قسم المكاتب الخارجية	٦
ادارة الرأي العام والمعلومات :	
مدير الادارة	١
العاملون في الادارة	٥
المجمــوع	٥٥

---

(٢٣) صلاح صبري ، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور» (بحث

ويكمل الجدول الذي وضعه الدكتور محمد علي العويني عام ١٩٧٥(٢٤) الجدول السابق، ويدل على مدى العجز الكمي والكيفي الذي يعانيه جهاز الاعلام العربي:

وعلى الرغم من ان اختيار موظفي الاعلام والامانة العامة على وجه العموم يقع ضمن مسؤوليات الامين العام، الذي يختارهم ويوافق مجلس الجامعة على تعيينهم، آخذاً في اعتباره مؤهلاتهم الشخصية، والقطر الذي ينتمون اليه، بحيث يضمن تمثيلاً عادلاً لكل الاقطار العربية، والاعتبارات السياسية(٢٥)، فإن العاملين الثاني والثالث لعبا دوراً خطيراً في اختيار العاملين في جهاز الاعلام العربي، وطغيا الى حد كبير على الاعتبار الاول بحيث اصبح لا يوجد قواعد جادة ومحددة في اختيار هؤلاء العاملين في ضوء اعتبارات الدراسة العلمية والخبرة العملية.

فقد كان الاصل في اختيار العاملين في جهاز الاعلام، وفقاً لقرار مجلس الجامعة رقم ١٥٧١ الذي صدر عام ١٩٥٩ إشتراط حصول المرشح للعمل على شهادة جامعية مفيدة في مجال الاعلام، وان يكون من ذوي الكفاءة دون التقيد بشرط المؤهل الجامعي في حالتين اثنتين فقط، الاولى: إتقان لغة اجنبية إتقاناً تاماً لا سيما عندما يندر عدد الملمين بها في جهاز الاعلام، والثانية: ذوو الخبرة العملية في ميادين الاعلام المختلفة(٢٦). وعلى الرغم من ان اللجنة الدائمة للاعلام حثت مجلس الجامعة عام ١٩٧٠ على اعتماد نظام الاولويات في تعيين رجال الاعلام، فإن الاقطار العربية كثيراً ما تتدخل للتأثير في عملية التعيين لفرض اشخاص لا تتوافر لديهم القدرات العلمية والعملية لممارسة العمل الاعلامي، او عزل آخرين لأسباب سياسية(٢٧).

وقد سعت الجامعة بعد هزيمة ١٩٦٧ واشتداد الهجوم على الاعلام العربي الى تنمية القدرة البشرية لجهازها الاعلامي، وأجرت مسابقة عام ١٩٦٨ لاختيار موظفين اعلاميين. وعلى الرغم من اجتياز البعض اختبارات المسابقة بنجاح، فإنهم لم يعيّنوا الا في عام ١٩٧٠ بعد تردد من جانب الجامعة. ولم تجرِ الجامعة اية مسابقات بعد ذلك

= مقدم لدبلوم العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٧٣)، ص ١١٤. (دراسة غير منشورة)

(٢٤) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٨ - ٩.

(٢٥) عبد الرحمن الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول (بيروت: الدار المتحدة للنشر، ١٩٧٤)، ص ٨١.

(٢٦) صبري، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور،» ص ٨٦.

(٢٧) لمزيد من التفاصيل، انظر: العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٣٢ - ٣٣.

لاختيار موظفي جهـازها الاعلامي طوال وجودها في القاهرة. ومنذ تولي السيد محمود رياض منصب الامين العـام للجـامعة، صار التعيين يخضع في المقام الاول لترشيح الاقطار العربية، او ترشيح الامين العام ذاته(٢٨).

ولم تحاول الجامعة سد العجز الذي تعاني منه الادارة العامة للاعلام في قدراتها العلمية او العملية الا في حالات نادرة. فعلى سبيل المثال، اصدر مجلس وزراء الاعلام العرب عام ١٩٧٥ قراراً بتنظيم دورات اعلامية وتوجيهية لمن ينقلون للعمل في المكاتب الخارجية، وكلف الامين العام المساعد الذي يتولى رئاسة الادارة العامة للاعلام بوضع وتنفيذ مشـروعـات تعاون مع كلية الاعلام جامعة القاهرة، وكليات واقسام الاعلام في الاقطار العربية الاخرى لرفع كفاءة العاملين في جهاز الاعلام علمياً وعملياً من خلال دورات تدريبية، ولكن شيئاً من ذلك لم يتم، والاكثر من ذلك اصدر الامين العام قراراً في اعقـاب قرار مجلس وزراء الاعلام العرب بنقل بعض الموظفين الذين لم يمارسوا العمل الاعلامي على الاطلاق الى مكاتب الجامعة في الخارج(٢٩). وقد برر لنا الامين العام المساعد نقص التدريب بقلة المخصصات المالية، وبسرعة التغييرات التي تطرأ على العمل الاعلامي بالجامعة(٣٠).

ومن الناحية الاخرى، لم تشجع اوضاع الجامعة المالية العاملين فيها على تنمية قدراتهم العلمية والعملية. فمن أول القرارات التي اتخذها السيد محمود رياض بعد توليه منصب الامين العام قراره الذي اتخذه في ١٠ كانون الثاني/ يناير ١٩٧٣ بوقف صرف العلاوات التي منحت لبعض موظفي الامانة العامة لحصولهم على درجة الماجستير او دبلوم معهد التعاون، وعلى ان يسري ذلك ابتداء من اول نيسان/ ابريل ١٩٧١، اي ان يسري بأثر رجعي على فترة لم يكن السيد محمود رياض وقتها قد عيّن في منصبه. وكان يتعين وفقاً للقرار ان ترد العلاوات التي حصل عليها هؤلاء العاملون وفقاً للقرار رقم ٢٥٩ لسنـة ١٩٥٩، الذي اصدره الامين العام الاسبق السيد عبد الخالق حسونة الذي منح بعض العلاوات الرمزية للحاصلين على درجة الماجستير والدكتوراه من درجة ملحق الى درجة سكرتير ثان دون الت ثر بمربوط الدرجة، وذلك اعتباراً من اول نيسان/ ابريل ١٩٧١. ولولا قرار المحكمة الادارية التابعة للجامعة العربية بعدم رد المبالغ التي حصل عليها الموظف بقرار اداري، لخصمت المبالغ التي حصل عليها هؤلاء العاملون وفقاً للقرار الجديد. وقد تم بعد ذلك وقف صرف هذه العلاوات للعاملين. ولم يعد لمن يحصل على

---

(٢٨) المصدر نفسه ،ص ٣٢ ـ ٣٤،والعطية، «دور الجامعة العربية في الاعلام،» ص ٤٤٣.

(٢٩) صبري، المصدر نفسه، ص ١١٥ ـ ١١٦.

(٣٠) مقابلة شخصية مع الاستاذ سليم اليافي في آب/ اغسطس ١٩٧٧.

درجات علمية اثناء عمله بالجامعة الحق في الحصول على علاوة او حوافز(٣١).

وقد أثرت كل الاعتبارات السابقة على دور الادارة العامة للاعلام كقائم بالاتصال على النحو الآتي :

ـ تحول العاملين في جهاز الاعلام من الولاء للجامعة الى الولاء لاقطارهم.

ـ ضعف دور جهاز الاعلام في انتاج مواد اعلامية صالحة للتوزيع في الخارج باللغات الاجنبية، وهو ما يعد سبباً اساسياً في قصور الاعلام العربي المشترك.

ـ افتقار الادارة الى الرؤية العلمية لوظيفة الاعلام الدولي وخلو وظائفها وأنشطتها من الطابع العلمي(٣٢).

وقد أورد د. محمد علي العويني مجموعة من الملاحظات على جهاز الاعلام بالجامعة استقاها من خبرته العملية في العمل في هذا الجهاز يمكن إجمالها فيما يأتي :

ـ ضعف مستوى الكوادر الاعلامية وعدم إلمامها بالحد الادنى اللازم لمزاولة الوظيفة الاعلامية الدولية، وضعف قدراتها في مجال الانتاج الاعلامي.

ـ يتم اختيار موظفي المكاتب الاعلامية في الخارج في اغلب الاحيان بناء على اعتبارات خاصة غير موضوعية، وكثيراً ما تبعد بعض الاقطار العربية بعض رعاياها بفرضهم على الجامعة.

ـ عدم توافر الحوافز اللازمة لاتقان العمل الاعلامي او محاولة تحسين اداء الوظيفة الاعلامية.

ـ قلة عدد العاملين في مكاتب الاعلام بالخارج، ففي اغلب الاحيان يوجد مدير وموظف واحد للمهام الاعلامية وآخر للشؤون الادارية والمالية، الى جانب ضعف رقابة الجامعة في اغلب الاحيان على انشطة هذه المكاتب.

ـ وكثيراً ما تضطهد الكفاءات العاملة في جهاز الاعلام، وفي الجامعة بصفة عامة،

---

(٣١) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٣٨ ـ ٣٩.

من الامور المحبطة للعاملين في الجامعة ذلك القرار الذي صدر في عهد السيد محمود رياض بإضافة اقدمية اعتبارية مقدارها سنتين لمن يعين ويكون حاصلاً على الماجستير وثلاث سنوات لمن يكون حاصلاً على الدكتوراه، والذي لم يسر على الذين يحصلون اثناء عملهم في الجامعة على هاتين الدرجتين على الرغم من مطالبتهم بالمعاملة بالمثل كالمعينين الجدد. ويبدو ان هذه الاقدمية الاعتبارية قد قررت لحالات معينة ولم تطبق على غيرها.

(٣٢) الجمال، «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية،» ص ٢٩٠، وصبري، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور،» ص ١١١ ـ ١١٢.

وكثيراً ما يكون وزن الموظف مستنداً الى دولته او وساطة معينة بغض النظر عن كفاءته، وكثيراً ما تتخذ من اقدمية الموظف سلاحاً للتنكيل بالكفاءات الشابة وتحطيمها نظراً لأن الترقية تعتمد اساساً على الاقدمية «او الوساطة او المحسوبية او الثلاث معاً».

ـ سوء استخدام الاعتمادات المالية الضئيلة نسبياً في اغلب الاحيان، و«إمكانية الاستيلاء عليها بشكل غير مشروع».

ـ ضعف اجهـزة التخطيط والمتابعة «إن وجدت»، وعدم وضوح مفهوم التخطيط الاعـلامي وعـلاقتـه بالتخـطيط السياسي، الى جانب عدم وجود نظم علمية لجمـع المعلومات وفهرستها وتوثيقها واسترجاعها والاعتماد على نظم بدائية من الصعب «تحقيق الحد المعقول من الاستفادة»، وعدم وجود اقسام متخصصة مزودة بخبراء يتولون دراسة الدعاية المضادة وتحليلها.

ـ أسيء استعمال لفظ «خبير» في الاعلام العربي، فقد ألصق باشخاص لا يتمتعون بحد ادنى من الدراسة العلمية، وكثيراً ما استعمل لوصف اشخاص لا يحملون اكثر من شهادة متوسطة «ولا يتمتعون بخبرة تكفل اطلاق هذا الوصف عليهم». ومن ناحية اخرى، لم تنجح الجامعة في اجتذاب كفاءات إعلامية يعتد بها. وقد اعلن امين عام الجامعة عام ١٩٧٥، ان «هناك من يعتبر الجامعة محطة للانتظار يعمل بها حتى يجد وظيفة افضل».

ـ وكانت المؤهلات العلمية أحد العوامل المؤثرة في سير العمل بالجهاز الاعلامي، «فكثيراً ما كان كبار المسؤولين في الادارة العامة للاعلام من الحاصلين على شهادات اقل من المتوسطة او حاصلين على شهادات متوسطة ولا يجيدون اية لغة اجنبية، وانحصرت انشطتهم بالتالي في اتخاذ الوسائل الكفيلة بالمحافظة على مناصبهم ومحاربة الكفاءات»(٣٣).

ويبدو ان العجز البشري لم يكن قاصراً على جهاز الاعلام وحده، وإنما كان السمة العامة للجهاز الاداري للجامعة منذ إنشائها. ولم يكن العيب الاساسي في الامانة العامة متأتياً من خلل في نصوص الميثاق بقدر ما هو متأتٍ من الظروف التي رافقت تكوينها لأول مرة عام ١٩٤٥. فقد شاءت تلك الظروف ان تقوم على المهام الرئيسية للامانة العامة مجموعة من الموظفين محدودي الكفاءة المثقلين بتجارب البيروقراطية الوظيفية المحلية والقليلي الخبرة في الشؤون العربية والتنظيم الدولي. اما الموظفون القانونيون فلم يكونوا احسن حالاً بكثير من رؤسائهم. ويرى البعض ان سبب ذلك يكمن في الاوضاع التي كانت سائدة في الاربعينات والخمسينات وحتى الستينات التي لم تجعل موظفي الجامعة

---

(٣٣) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٤١ـ٤٢.

ممثلين للاقطار العربية الاعضاء بشكل متناسب مما جعل للمنتمين منهم لجنسية او جنسيتين الغلبة العددية وبالتالي النفوذ الاوفى. وهو امر معيب لا لأسباب اقليمية، ولكن لانحسار وظائف الامانة خلال فترة معينة بكفاءات متواضعة من جنسيات محددة بشكل لا يستقيم مع المنطق العربي، ولا مع المنطق الوظيفي(٣٤).

وينبغي الاعتراف بأن الاجهزة المسؤولة عن توجيه الاعلام العربي المشترك كانت واعية ومدركة لهذا العجز البشري، ولآثاره السلبية الخطيرة على الاعلام العربي المشترك خاصة بعد حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، وبات واضحاً ان تطوير الاعلام العربي المشترك يتطلب منذ البداية تجنيد كفاءات علمية وعملية مدركة لطبيعة الاعلام الدولي ودوره في خدمة قضايا العرب. ولهذا طالبت «ورقة العمل لتحرك اعلامي عربي متطور» بضرورة الالتزام بالدقة في اختيار من يقومون بالوظيفة الاعلامية للجامعة طبقاً لمقاييس معينة دون مراعاة للاعتبارات التي لا علاقة لها بالعمل الاعلامي. واقترحت عقد دورات تدريبية للعاملين في مكاتب الاعلام بالخارج(٣٥). واهتمت اللجنة الدائمة للاعلام العربي منذ عام ١٩٧٥ بمناقشة المسائل المتعلقة باختيار قيادات صالحة للاعلام العربي المشترك(٣٦).

وتتكون الادارة العامة للاعلام بعد انتقال مقرها الى تونس من ٣٣ موظفاً، منهم خمسة مدراء وخبيران، و١٩ يشغلون وظائف تخصصية، و٧ يشغلون وظائف ادارية؛ الى جانب ٣٢ موظفاً في ملاك الامانة العامة ويعملون في مكاتب الجامعة الخارجية: ١٥ من المدراء، و١٧ يشغلون وظائف تخصصية يعاونهم ١٥٠ من الموظفين المحليين(٣٧). ولا شك ان هذا عدد قليل ولا يفي باحتياجات ومتطلبات الاعلام العربي المشترك. وعلى الرغم من عدم توافر بيانات تعطي صورة كاملة عن المؤهلات العلمية والخبرات العملية لأولئك العاملين، فإنه يمكن القول بكثير من الثقة بأن الكفاءات الاعلامية التي تعمل في مجال الاعلام العربي المشترك تفوق الكفاءات الاعلامية التي كانت تعمل في مجاله من قبل(٣٨).

---

(٣٤) محمد عزيز شكري، «كيفية تحديث جامعة الدول العربية،» السياسة الدولية، السنة ١١، العدد ٤١ (تموز/ يوليو ١٩٧٥)، ص ١٤٤.

(٣٥) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور،» القاهرة، [د. ت]، ص ٤.

(٣٦) السياسة الدولية، السنة ١١، العدد ٤٠ (نيسان/ ابريل ١٩٧٥)، ص ٢٣١.

(٣٧) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،» ملحق رقم (٣)، ص ١.

(٣٨) من هذه الكفاءات على سبيل المثال الدكاترة كلوفيس مقصود وفايز صايغ ومجدي حماد والاستاذ جميل مطر.

والى جانب نقص الكفاءات البشرية، يمثل نقص الموارد المالية احد المعوقات الاساسية المؤثر سلبياً على فعالية جهاز الاعلام العربي المشترك. فعلى الرغم من ان ميزانية الاعلام في الجامعة ارتفعت من ١٠,٠٠٠ دولار في موازنة ١٩٤٩/ ١٩٥٠ الى ١٧١,٨٢٢ دولاراً في موازنة عام ١٩٥٩/ ١٩٦٠، ثم الى ٢,٤٣٥,١٠٥ دولارات في موازنة عامة ١٩٦٩/ ١٩٧٠[٣٩]، ثم وصلت مؤخراً الى ٥,٢٦٨,١٩٨ دولارا الى جانب ١,٣٧٤,٥٠٠ دولار التي تمثل ميزانية صندوق الاعلام العربي[٤٠]، فإن هذه الميزانية لا تناسب على الاطلاق متطلبات الاعلام العربي المشترك، لا سيما انشطته التي تمارس في الولايات المتحدة الامريكية وغرب اوروبا حيث ارتفاع تكاليف الانتاج الاعلامي واستخدام وسائل الاتصال.

وعلاوة على ما سبق، تتعقد صورة الاوضاع المالية ويظهر مدى الاحباط والعجز الذي يعاني منه الاعلام العربي المشترك اذا اخذنا في الاعتبار العوامل التالية:

١ ـ عدم انتظام الاقطار العربية في تسديد انصبتها في موازنة الجامعة[٤١]، اذ يتضح من دراسة موازنة الجامعة خلال الفترة من عام ١٩٧٤ الى نهاية عام ١٩٧٨ ان الاقطار العربية كانت مدينة للجامعة بمبلغ يصل الى سبعة ملايين دولار يمثل متأخرات لم تسددها الاقطار العربية، وان هذا المبلغ لم يتناقص خلال المدة من عام ١٩٧٤ وحتى نهاية عام ١٩٧٨، بل زاد وبلغت ديون الاقطار العربية مجتمعة في نهاية عام ١٩٧٨ حوالى ١٤ مليون دولار، وهو مبلغ يشكل عجزاً وشللاً خطيرين للجامعة خاصة وان ميزانية الجامعة في ذلك الحين لم تتجاوز سبعة ملايين دولار. صحيح انه حدث تطور مهم في ميزانية الجامعة منذ عام ١٩٧٩ نتيجة للحماس الذي انتاب الاقطار العربية في سداد انصبتها السنوية وانصبتها المتأخرة، اذ لم تتجاوز متأخرات الاقطار العربية عام ١٩٨٠ وحدها مبلغ المليون دولار الا بقليل، وارتفعت ميزانية الجامعة الى ٢٢ مليون دولار في العام التالي[٤٢]، الا ان ذلك التحسن الكبير في موازنة الجامعة لم يواكبه تحسن مماثل في موازنة جهاز الاعلام بالجامعة.

٢ ـ استقطاع نسبة كبيرة من موازنة الادارة العامة للاعلام في تغطية النفقات العامة

---

(٣٩) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ٩٢.

(٤٠) انظر: «ميزانية الجامعة،» في: جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،».

(٤١) صبري، «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور،» ص ٩٢.

(٤٢) جميل مطر وعلي الدين هلال، النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية، ط ٣ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣)، ص ١٥٣ ـ ١٥٥؛ صبري، المصدر نفسه، ص ٩٢، والعطية، «دور الجامعة العربية في الاعلام،» ص ٤٣٠ ـ ٤٣٤.

للاجهـزة الاعـلامية بالجامعة مثل المرتبات والمواصلات وايجار المباني والأثاث... الخ، بحيث لا يتبقى الا نسبة ضئيلة من الموازنة تقل في بعض الاحيان عن ٢٥ بالمائة تخصص للنشـاط الاعـلامي الفعلي[٤٣]. ويتضـح ذلـك من واقع الاعتمادات المالية المخصصة لمكاتب الجامعة عام ١٩٨١[٤٤]:

المرتبات	٣,٦٣٨,٤٧٦ دولارا
الايجار	١,٦٢٩,٧٢٢ دولاراً
الانشطة الاعلامية (صندوق الاعلام)	١,٣٧٤,٥٠٠ دولار

٣ ـ كثيراً ما ترتبط المشروعات الاعلامية بعبارة «شرط الا يترتب على ذلك اعباء مالية او ادارية اضافية»[٤٥]، وهو ما يعني وأد هذه المشروعات قبل خروجها الى حيز التنفيذ. او تقترن بعبارة: «واذ تجد نفسها مضطرة لارجائها، توصي بدراستها في ضوء الاوضاع المـالية»[٤٦]، وهـو ما يعني حفظ المشروع الى ما شاء الله. وفي احيان اخرى ترتبط الموافقة على مشروع ما «بانتظام وفاء الدول الاعضاء بالتزاماتها المالية سواء عن الحاضر او المستقبل»[٤٧]، او يشار الى عدم القدرة وبأن «تدعيم النشاط الاعلامي مرهون بوفاء حكومات الدول الاعضاء بالتزاماتها المالية»[٤٨].

٤ ـ وكثيراً ايضاً ما تتحفظ الاقطار العربية على اية زيادة في الاعتمادات المالية اللازمة لدعم العمل العربي المشترك. ونود في هذا الصدد ان نركز على ثلاث نقاط رئيسية مهمة، هي: .

أ ـ ان كثيراً ما تصدر هذه التحفظات عن اقطار نفطية غنية[٤٩].

---

(٤٣) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ٩٨.

(٤٤) انظر: «ميزانية الجامعة،» في: جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها،».

(٤٥) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثامن،» مرفق رقم (٨).

(٤٦) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الرابع،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٦٧، بند رقم (٧).

(٤٧) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٢٠٦/ د ـ ٤٤/ جـ ١٠)، القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٦٦.

(٤٨) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٢١٤/ د ـ ٤٥/ جـ ٢)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٦، بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

(٤٩) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٩٤٧/ د ـ ٥٧/ جـ ٤)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٧٢، بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثامن.

ب ـ وكثيراً ما تمتـد هذه التحفـظات لتشمـل الزيادات الحتمية في موازنة جهاز الاعـلام مثل نفقات المياه والكهرباء والتليفون والتلكـس ، او الوفاء بمتطلبات ترقيات وعلاوات الموظفين[٥٠].

ج ـ وتتحفظ بعض الاقطار العربية في مجلس الجامعة على «اية تكاليف تترتب على توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب»[٥١]. ولا يخفى مغزى تحفظ قطر عربي على توصيات شارك فيها ووافق عليها وزير اعلامها، وحرص السياسات والممارسات القطرية على مراجعة اية قرارات او توصيات ـ حتى ولو كانت فنية ـ تصدر في نطاق الاعلام العربي المشترك.

٥ ـ واحياناً يكون العجز المالي سبباً مباشراً في دفع عناصر غير مؤهلة علمياً او عملياً في معرفة العمل الاعلامي، فقد ادى هذا العجز في بعض الاحيان الى إلحاق موظفين في السفارات العربية في الخارج بمكاتب الجامعة؛ «وذلك الى ان ينتظم تسديد الدول العربية الاعضاء التزاماتها المالية»[٥٢].

ولمواجهة قلة الموارد المالية لجهاز الاعلام، وافقت الاقطار العربية على إنشاء صندوق الدعوة العربية يخصص دخله لدعم المشروعات الاعلامية التي تخدم القضايا العـربية وخاصة القضية الفلسطينية. وصدر قرار مجلس الجامعة بانشاء الصندوق عام ١٩٦٠، ولكن حتى عام ١٩٦٧ لم تكن ثمة تبرعات يعتد بها. ثم اتجهت الاقطار العربية الى انعاش الصندوق بعد حرب ١٩٧٣، حيث قرر مؤتمر القمة العربي السادس الذي عقد في الجزائر ذاك العام انعاش الصندوق بزيادة رأسماله الى خمسة ملايين دولار، ثم قرر مؤتمر القمة العربي السابع زيادة رأسمال الصندوق الى ثلاثين مليون دولار، على ان تسهم الاقطار العربية حسب قدراتها المالية وعلى ان يتولى الامين العام ادارته[٥٣]. بيد

---

(٥٠) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي التاسع،» مرفق رقم (٢).

(٥١) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٣٣٦/ د ـ ٤٧/ جـ ٣)، القاهرة، ايار/ مايو ١٩٦٧ بشأن الموافقة على توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب.

(٥٢) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٩٧/ د ـ ٤٤/ جـ ٩)، دمشق، ١٦ شباط/ فبراير ١٩٦٦، و قرار رقم (٢٢١٤/ د ـ ٤٥/ جـ ٢)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٦، بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

(٥٣) العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة، ص ٢٧. وقد جاءت موافقة الاقطار العربية على انعاش الصندوق بعد موافقتها من خلال مجلس الجامعة على النظام المالي للجامعة، والذي نص في مادته السادسة على ما يلي:

أ ـ «يجوز بقرار من المجلس انشاء صناديق تكون مواردها مخصصة لمواجهة استخدامات محددة وذلك وفق =

انه حتى عام ١٩٧٥ لم تسدد حصتها سوى السعودية والكويت والبحرين والعراق، وبلغت ٢,٥٥٦,٠٠٠ دولار. اما بقية الاقطار العربية فلم تسدد. ولم يدخل قرار مؤتمر القمة العربي السادس حيز التنفيذ لاختلاف الاقطار العربية على نسب مساهماتها في رأسمال الصندوق، اذ رأت بعض الاقطار ان تكون مساهمتها متمشية مع نسبة مساهمتها في موازنة الامانة العامة، في حين رأت اقطار عربية اخرى ان تكون المساهمة في ضوء القدرات المالية لكل قطر عربي(٥٤). وظلت الاقطار العربية في تقاعسها في تسديد انصبتها في رأسمال الصندوق على الرغم من نداء مجلس وزراء الاعلام العرب للاقطار العربية بعدم التأخر في سداد انصبتها حتى لا يتعرقل تنفيذ المشروعات الاعلامية(٥٥).

ويتضح مما سبق ان السياسات والممارسات القطرية هي العامل الاساسي الذي يحدد قدرات جهاز الاعلام العربي المشترك في ممارسة وظيفته الاتصالية، وانه بناء على ذلك لا يمكن اعتبار القدرة الذاتية لجهاز الاعلام العربي سوى متغير تابع للسياسات والممارسات القطرية.

= نظم خاصة بهذه الصناديق يعتمدها المجلس».

ب - «تخضع ادارة حسابات الاحتياطي والحسابات الخاصة والصناديق للقواعد المالية المتبعة في الحساب العام».

ج - «للامين العام ان يستثمر لآجال قصيرة او متوسطة الاموال التي تحتاج اليها الجامعة بصورة عاجلة، على ان يقوم بابلاغ المجلس عن انتظام هذه الاستثمارات، ويقيد الدخل الناتج عنها في حسابات الدخول المتنوعة»، انظر: جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٣٠٦١/ د - ٥٩/ج - ١٤)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣ بالموافقة على النظام الاساسي المالي للجامعة العربية، ملحق رقم (٤).

(٥٤) العويني، المصدر نفسه، ص ٢٨ - ٢٩.

(٥٥) المصدر نفسه.

الفصل الرابع

الرسالة الاعلامية من خلال الاعلام العربي المشترك

هناك سمات عامة تشترك فيها الرسالة الاعلامية التي تبث من خلال الاعلام العربي المشترك مع الرسائل الاعلامية للمنظمات الدولية بصفة عامة، حيث تؤثر طبيعة هذه المنظمات بصفة عامة والمتغيرات المختلفة التي تعمل في نطاقها، والقضايا التي تعالجها بصورة مباشرة على الرسالة الاعلامية التي تبثها هذه المنظمات. فمن ناحية لم تستطع هذه المنظمات ان تجعل من نفسها ومن القضايا التي تعالجها محور اهتمام مباشر للجماهير المختلفة التي تتوجه اليها برسالتها الاعلامية؛ لأن هذه القضايا بطبيعتها لا تشكل اهتماماً مباشراً لهذه الجماهير، ولا تشبع حاجة لديها. ويؤثر ذلك بدوره على التفاعل المطلوب في العملية الاتصالية لتحقيق التأثير المطلوب، الذي يتوقف حدوثه على تضمن الرسالة الاعلامية اموراً تمس الاهتمامات والمصالح المباشرة للجمهور المستهدف. ويرتبط بذلك صعوبة توافر عنصر الخبرة المشتركة بين جهاز الاعلام العربي المشترك كقائم بالاتصال، وبين مستقبل الرسالة الاعلامية التي يبثها، والذي بدونه تصبح الرسالة عديمة القيمة او غير محسوسة[1]، الا في حالات محددة كأن يكون مستقبل الرسالة معنياً اساساً بالعمل الدبلوماسي، او بالشؤون العربية، او بقضية الشرق الاوسط، او رجل اعلام، او متخصصاً في الشؤون والعلاقات الدولية، او من قادة الرأي. وهذا ما يفسر تركيز جهاز الاعلام العربي المشترك في توجيه رسالته الاعلامية على هذه الجماهير وغيرها من الجماهير المؤثرة.

ومن ناحية ثانية، تعتمد المنظمات الدولية في بث رسالتها الاعلامية على وسائل

---

(١) جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، ط ٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٨)، ص ٥٣ - ٥٥.

الاعلام الوطنية والمؤسسات التعليمية والمنظمات غير الحكومية، حيث تقوم هذه الاجهزة والمؤسسات بنقل الرسالة الى الجماهير المستهدفة. ولما كان تأثير الرسالة الاعلامية مرتبطاً بقوة الوسائل الاعلامية المستخدمة في مجتمع ما، فإن المنظمات الدولية لا تملك ضمان فاعلية رسالتها الاعلامية، حتى ولو كفلت لها كل معايير الفاعلية من حيث المضمون والتحرير والاخراج(٢).

وتختص الرسالة الاعلامية التي تبث من خلال الاعلام العربي المشترك بعدة خصائص، اهمها:

١ ـ تدخل الاقطار العربية بصورة مباشرة في تحديد مضمون الرسالة الاعلامية، اذ غالباً ما تقوم الاقطار العربية بوضع المرتكزات الاعلامية التي تحدد الاطار العام لمضمون الرسالة الاعلامية.

٢ ـ تتسم هذه الرسالة بطابع الصراع والجدل بحكم القضايا التي تعالجها في مواجهة اطراف معادية، وهو ما صبغها علاوة على ذلك بالطابع الدعائي.

٣ ـ وفي ضوء مفهوم الاعلام العربي المشترك، ارتبطت الرسالة الاعلامية العربية المشتركة ارتباطاً عضوياً بالرسائل الاعلامية القطرية، وسارا معاً في خطين متوازيين عندما تتفق السياسات القطرية مع الاتجاهات القومية ازاء تطور الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

٤ ـ ونتيجة لانغماس جامعة الدول العربية في معالجة قضية الشرق الاوسط والدفاع عن الوطن العربي، اصبح اهتمام الرسالة الاسلامية العربية سياسياً في المقام الاول، وقل الاهتمام بالقضايا غير السياسية على الرغم من اهميتها، وكاد يختفي الاهتمام بالجامعة كتنظيم قومي، وما تجسده من معانٍ.

٥ ـ كما نجم عن إخفاق الجامعة في الاتصال المباشر بالجماهير العربية ان اتجهت الرسالة الاعلامية العربية المشتركة في الغالب الى مخاطبة جماهير خارج الوطن العربي، تمثل قوى يرى العرب انها قادرة على التأثير لصالحهم في الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

٦ ـ وأدّى تدخل الاقطار العربية في تحديد المرتكزات الاعلامية الى تحول عملية تحديد مضمون الرسالة الاعلامية العربية المشتركة من عملية فنية تقوم على اسس علمية الى عملية سياسية في المقام الاول، مما أضر الى حد ما بتحديد وصياغة المرتكزات الاعلامية ذاتها، حيث صيغت هذه المرتكزات صياغة عاطفية حماسية في بعض

---

(٢) راسم محمد الجمال، «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية،» (اطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠)، ص ٢٢٩.

الاحيان، وتضمنت عبارات انشائية عامة، او تكراراً ومبالغة في احيان اخرى، وهو ما ابعد شكل الرسالة ومضمونها عن القواعد العلمية لصياغة الرسالة الاعلامية التي تبث في اطار الاتصال الاقناعي(٣).

٧ ـ تتطلب فاعلية هذه الرسالة ونجاحها في اقناع الجماهير التي تتوجه اليها، ومنافسة الدعاية الصهيونية اتخاذ قرارات مهمة تتعلق باعداد مضمونها من حيث تقرير نوع الجزاء الذي يقدم لمستقبل الرسالة ليستجيب لها، وهل تقدم المعطيات التي تسعى لاقناع الجماهير المستقبلة صراحة ام ضمناً؟ وكيف تصاغ وتقدم وترتب الحجج بطريقة منطقية مقنعة؟ وهل يتعين تفنيد الحجج المعادية ام تتجاهل ويركز اساساً على حجج المنطق العربي، الى غير ذلك من تكنيكات صياغة الرسالة التي تبث في اطار الاتصال الاقناعي(٤). ولا شك ان اتخاذ مثل هذه القرارات الاعلامية يتطلب قدرات عقلية وعلمية وخبرات عملية لا تتوافر لجهاز الاعلام العربي المشترك. ومن ثم يتعين علينا ان نقرر ان متطلبات نجاح رسالة الاعلام العربي المشترك تفوق قدرات القائم العربي بالاتصال.

اولاً: تطور مضمون رسالة الاعلام العربي المشترك منذ عام ١٩٦٧

تطور مضمون رسالة الاعلام العربي المشترك منذ عام ١٩٦٧ في ضوء المرتكزات الاعلامية التي كانت تتطور استجابة لمتطلبات تطورات الصراع العربي ـ الاسرائيلي. وقد جاءت اول محاولة لوضع مرتكزات لرسالة الاعلام العربي المشترك عقب هزيمة ١٩٦٧ استجابة لمقررات مؤتمر القمة العربي الذي عقد في الخرطوم، وقررها مجلس وزراء الاعلام العرب في بنزرت بتونس في ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧(٥). وانقسمت هذه المرتكزات الى شقين، اولهما حدد المنطلقات الاساسية التي ينبغي ان تنتهجها رسالة الاعلام العربي المشترك الموجهة الى الجماهير العربية، وحدد الثاني محور افكار الرسالة الموجهة الى العالم الخارجي.

وقد استهدفت المنطلقات الاولى معالجة الاوضاع النفسية والوجدانية التي ترتبت

(٣) Otto Lerbinger, *Designs for Persuasive Communication* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1972), pp. 70-77.

(٤) Alexis S. Tan, *Mass Communication: Theories and Research*, The Grid Series in Advertising and Journalism (Ohio: Grid Publishing, Inc., 1981), p. 135.

(٥) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٣٧٦/ د ـ ٤٨/ جـ ١٢)، القاهرة، كانون الثاني/ يناير ١٩٦٨، بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الطارىء ببنزرت، ٢٧ ـ ٣٠ ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧.

على هزيمة ١٩٦٧، وحرصت على تنمية المشاعر القومية، حيث ركزت على الافكار التالية :

١ ـ تأكيد الحرص على التقيّد بأحكام ميثاق التضامن العربي ووضعها موضع التنفيذ.

٢ ـ التركيز على وحدة الاهداف والمصير وتعميق الايمان بالوحدة العربية، وتأكيد مفاهيم القومية العربية بجميع ابعادها، والتنبيه الى الاخطار التي تتهددها من قوى الاستعمار والصهيونية.

٣ ـ «تعزيز ثقة المواطن العربي بامكانيات الامة العربية على اساس واقعي حفزاً له على النهوض بواجبه القومي في جميع المجالات».

٤ ـ توعية الشعب العربي بمتطلبات النضال، وتعبئة الجماهير العربية لمواصلة النضال على كل المستويات، وفي كل المجالات حتى يتم استرداد الحق العربي.

اما الرسالة الموجهة الى العالم الخارجي، فإنها الى جانب تأكيد ما قرره مؤتمر القمة الذي عقد في الخرطوم من عدم الصلح مع اسرائيل او الاعتراف بها او التفاوض معها، والتمسك بحق الشعب الفلسطيني في وطنه، فإنها ركزت على محاور اساسية هي :

(١) تصحيح صورة العرب بالتركيز على تفاعل الامة العربية المستمر مع كل شعوب العالم، وان العرب ليسوا اعداء للسامية كما تزعم الدعاية الصهيونية لأنهم ساميون؛ والتعريف بالحضارة العربية وقيمها، وانها «تنكر التعصب وتناهض التمييز العنصري بأشكاله الاستعمارية والطائفية وتعمل على تعزيز التعاون مع الشعوب المحبة للسلام»، والتعريف بعدالة القضية العربية، وبوجه خاص قضية فلسطين و«اللاجئين الفلسطينيين».

(٢) مواجهة اسرائيل والدعاية الصهيونية بفضح الخطة الاسرائيلية لاستئصال الشعب العربي من ترابه وتدمير شخصيته القومية، «وكشف النشاط الصهيوني الارهابي المخرب في العالم فيما يمارس من اعمال الاغتيال والخطف والتنكيل وما اقترفه ولا يزال من مذابح وفظائع واسعة النطاق في فلسطين وخارجها».

(٣) التأكيد على ان العرب لا يرفضون العمل السياسي الذي يؤمن انسحاب القوات الاسرائيلية المعتدية.

ثم تطورت المرتكزات الاعلامية عام ١٩٦٩ بعد التطورات التي جدت في قضية الشرق الاوسط، وابرزها نمو المقاومة الفلسطينية المسلحة، وقبول بعض الاقطار العربية لقرار مجلس الامن رقم ٢٤٢؛ حيث تطورت منطلقات الرسالة الاعلامية الموجهة الى الجماهير العربية على النحو الآتي :

أ ـ «التأكيد على حتمية الوحدة العربية منطلقاً للعمل العربي المشترك، وإدراكاً لطبيعة المرحلة التي تجتازها الامة العربية، وتوفيرا للظروف الموضوعية لحمل مسؤولية قضية المصير العربي حتى يزول كل اثر للعدوان على الوطن العربي».

ب ـ «دعم المقاومة الفلسطينية وتعزيز الصمود والنضال في الاراضي العربية المحتلة».

اما منطلقات الرسالة الاعلامية الموجهة الى الخارج فقد تطورت هي الاخرى في ثلاثة اتجاهات اساسية هي:

ـ تطور تصحيح صورة العرب في الخارج من المنظور التاريخي الى المنظور الحضاري من خلال «بيان دور الاقطار العربية في منظمة الامم المتحدة... وتضامنها مع الشعوب الناهضة والحركات التحريرية، وتأييدها لحركة عدم الانحياز وما تقدمه من تسهيلات في خدمة المجتمع الدولي في مختلف المجالات»؛ و«ايضاح موقع العرب من الحركة العالمية نحو التصنيع».

ـ اتساع الهجوم على اسرائيل ليشمل الصهيونية العالمية.

ـ تأكيد الهوية التاريخية والذاتية للشعب الفلسطيني، وتأكيد ان «المقاومة الفلسطينية المسلحة رد فعل طبيعي لتجاهل الشعب الفلسطيني؛ وممارسة حق الشعوب في تقرير مصيرها وتستوجب تأييد ودعم الشعوب الحرة المحبة للسلام». ويلاحظ ان الحديث عن اللاجئين الفلسطينيين تحول الى الحديث عن الشعب الفلسطيني(٦).

وفي عام ١٩٧٠ اعادت لجنة من الخبراء العرب بلورة منطلقات الرسالة الاعلامية الموجهة الى الجماهير غير العربية، وقسمتها الى شقين اساسيين، اولهما خاص بالقضية الفلسطينية وقد قام «ضماناً لشمول العرض لأبعاد القضية الفلسطينية، وتقبل المستقبل للرسالة الاعلامية التي توجه عن القضية، وتفادياً لأي تناقض فيما يقدم للرأي العام الخارجي» فإنه ينبغي تأكيد حق الشعب الفلسطيني في ارضه وفي تقرير مصيره عليها سياسياً وقانونياً. واكدت المنطلقات ان الثورة الفلسطينية المسلحة هي «جزء من حركة التحرير الوطني ضد الاستعمار»، وان «الثورة الفلسطينية تمثل تحركاً ايجابياً ضد التمييز العنصري ولها ابعاد سياسية واجتماعية وانسانية اهمها تبني الدولة الفلسطينية اللاطائفية الديمقراطية الفلسطينية هدفاً للتحرر»، و«وتأكيد الموقف الانساني للشعب العربي تجاه القضية اليهودية مع ابراز حق المواطنة التي يتمتع بها اليهود في البلاد العربية، على ان يكون التركيز في ذلك على التاريخ المعاصر، وان يعرض ذلك بالمقارنة بالموقف الصهيوني من اليهود الشرقيين، ومن العرب في الاراضي المحتلة قبل عام ١٩٧٢ وبعدها».

على ان اهم ما يلاحظ على هذا الشق الاول انه جعل مواجهة اسرائيل جزءاً من معالجة القضية الفلسطينية، وعالجتها هذه المنطلقات على انها استعمار استيطاني توسعي يلعب دور الوسيط بين القوى الاستعمارية والدول النامية؛ وركزت علاوة على ذلك على ما يلي:

---

(٦) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرار الامين العام رقم (٩٤) بتاريخ ١٩ آب/ اغسطس ١٩٦٩ بشأن التدابير اللازمة لتسيير العمل الاعلامي في الجامعة».

١ - «مقارنة الاستعمار الاستيطاني الصهيوني في فلسطين بالاستعمار الابيض في روديسيا وجنوب افريقيا».

٢ - «فضح العلاقة العضوية بين الاستعمار الصهيوني والاستعمار العالمي».

اما الشق الثاني من هذه المرتكزات فيتناول تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي، ويقوم على توضيح الصورة الحضارية للعرب من خلال:

١ - ابراز الدور الانساني العربي في بناء النهضة العربية في شتى المجالات، و«ايضاح معالم ومعدلات النمو الحضاري في كل من البلدان العربية».

٢ - «ربط ما يبذل من جهود في مجال التنمية والتغيير الاجتماعي والثقافي بالجذور الحضارية والاجتماعية والروحية والتاريخية، وذلك بقصد ابراز الشخصية العربية وما قدمته وتقدمه الدول العربية للحضارة الانسانية».

٣ - التأكيد على مساهمة العرب الايجابية في معالجة مشاكل التنمية في العالم الثالث.

٤ - اعطاء صورة واقعية انسانية للمواطن العربي قائمة على «التواضع والصراحة وعدم المبالغة»، «مع ابراز مشاكل هذا الانسان واحاسيسه وآماله ونقاط ضعفه وقوته»(٧).

وقد ظلت هذه المرتكزات تشكل الاطار العام لمضمون الرسالة الاعلامية العربية المشتركة حتى حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣ وانعقاد مؤتمر القمة العربي السادس في الجزائر في تشرين الثاني/ نوفمبر من العام نفسه، حيث شكلت البيانات الصادرة عنه مرتكزات اعلامية يمكن تقسيمها طبقاً للبيانات الصادرة عنه كما يلي:

اولاً: مرتكزات عامة اهمها ما يلي:

١ - «ان الوطن العربي يمر بفترة حاسمة وتاريخية. والكفاح ضد الغزو الصهيوني مسؤولية تاريخية طويلة الامد تتطلب المزيد من البذل والتضحية».

٢ - ان وقف اطلاق النار في حرب ١٩٧٣ «لا يعني اطلاقاً ان الكفاح قد توقف او ان البلدان العربية يمكن ان يفرض عليها حل لا يحقق اهدافها العادلة».

٣ - ان حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣ مثل الحروب السابقة نتيجة حتمية لسياسة العدوان والتواطؤ الامريكي - الاسرائيلي، «ذلك ان اسرائيل لم تفتأ منذ ان سلبت حقوق الشعب الفلسطيني وطردته من وطنه تعمل على التوسع، معتمدة على تواطؤ الدول الاستعمارية ودعمها

---

(٧) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «مذكرة بشأن تنسيق الامكانيات الاعلامية في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دورتها المنعقدة خلال شهر آب/ اغسطس ١٩٧٧».

الاقتصادي والفني والعسكري لها وخاصة من الولايات المتحدة الامريكية».

٤ - «ان اسرائيل بالاضافة الى سياسة الحرب والتوسع، ترمي كذلك في اطار الاستراتيجية الاستعمارية الى القضاء على امكانيات التنمية لشعوب المنطقة».

٥ - ان انتصارات تشرين الاول/ اكتوبر قد اكدت «تعاظم وعي الامة العربية وحكوماتها بمسؤولياتها وامكاناتها المادية والبشرية. وقد تجسد هذا الوعي في تضامن عملي اكد فاعليته واعطى بعداً جديداً لحركة التحرر العربي».

٦ - «ان وقف اطلاق النار ليس هو السلام، فالسلام يستلزم توفير عدد من الشروط في مقدمتها شرطان اساسيان ثابتان، هما: انسحاب اسرائيل من جميع الاراضي العربية المحتلة وفي مقدمتها القدس، واستعادة الشعب الفلسطيني لحقوقه الوطنية الثابتة»، و «ما لم يتحقق هذان الشرطان، فإنه من الوهم توقع شيء آخر في الشرق الاوسط سوى تفاقم اوضاع متفجرة وقيام مجابهات جديدة».

٧ - «وعلى الذين يتحدثون عن السلام ان يبرهنوا بالافعال عن ارادتهم في انهاء وضع تزيده الايام خطورة وتفجراً»، و «ان البلدان العربية لن تقبل بأي حال رهن مستقبلها بوعود غامضة ومساومات خادعة. ويجب الا يتطرق ادنى شك لدى الرأي العام العالمي الذي طالما خدعته الدعاية الصهيونية حول ارادة الامة العربية وتصميمها على استرجاع حقوقها المغتصبة وتحرير اراضيها المحتلة».

٨ - «واذا لم تتوفر شروط السلام العادل، واذا ما صدمت الجهود العربية من اجل السلام بالرفض من قبل اسرائيل وحلفائها، فإن البلدان العربية تجد نفسها مضطرة الى استخلاص النتائج الطبيعية، والى مواصلة معركتها مهما طال امدها، بجميع الوسائل وفي مختلف الميادين»، و «على العالم كله ان يتحمل مسؤوليته في التصدي للعدوان، ودعم النضال العربي».

ثانياً: مرتكزات الرسالة الاعلامية الموجهة الى الجماهير الافريقية:

وتضمنت البيانات الصادرة عن مؤتمر القمة بياناً موجهاً الى افريقيا حول مرتكزات اعلامية تؤكد تعزيز التضامن العربي - الافريقي، الذي ينبغي ان «يتحدد بشكل ملموس في كل الميادين وبالذات في ميدان التعاون السياسي والاقتصادي بهدف توطيد دعائم الاستقلال الوطني وتحقيق التنمية».

ثالثا: مرتكزات الرسالة الاعلامية الموجهة الى دول عدم الانحياز:

وتضمنت ما يلي:

١ - ارتياح العرب وتقديرهم لتضامن دول عدم الانحياز مع القضية العربية.

٢ - حث مجموعة دول عدم الانحياز على مضاعفة نشاطها فردياً وجماعياً لايجاد حل لقضية الشرق الاوسط بما يتفق مع مبادىء وقرارات مؤتمرات دول عدم الانحياز.

٣ ـ دعوة مجموعة دول عدم الانحياز الى تحمل مسؤولياتها الدولية من اجل نصرة الحق والعدل، ليس في الشرق الاوسط فحسب، ولكن في العالم كله لزيادة مشاركتها في اقامة نظام دولي يقوم على الديمقراطية، ويواكب تطلعات الشعوب نحو التقدم والامن والسلام.

رابعاً: مرتكزات الرسالة الاعلامية الموجهة الى الدول الاشتراكية، وشملت ركيزتين اساسيتين هما:

١ ـ «التسجيل بالاعتزاز تأييد الاتحاد السوفياتي السياسي العام وسائر الدول الاشتراكية، ودعمها العسكري وتعاونها الاقتصادي مع الاقطار العربية، ووقوفها الى جانب النضال العربي العادل لتحرير الاراضي العربية المحتلة واستعادة حقوق الشعب الفلسطيني، كما يسجلون بالتقدير تأييد الصين الشعبية المتصل لكفاح الامة العربية».

٢ ـ التطلع الى «دعم هذا التعاون وتنمية هذه الروابط بمختلف الوسائل، خدمة للمصالح المتبادلة ووفاءً للاهداف المشتركة، وتعزيزاً للصداقة العربية بالدول الاشتراكية».

خامساً: مرتكزات الرسالة الاعلامية الموجهة الى دول غرب اوروبا، وشملت هذه المرتكزات ثلاثة محاور اساسية هي:

١ ـ «اننا نؤكد للعالم اننا نسعى في اطار الشرعية الدولية لتحقيق سلام عادل ودائم على اساس استرجاع ارضنا المحتلة واستعادة الحقوق الوطنية لشعب فلسطين. ونحن نسعى في هذا الاطار لاقامة منطقة سلام في الشرق الاوسط تحقق مصالحنا ومصالح دول العالم كلها، ونحرص على إبعاد الصدام الدولي عن المنطقة ايماناً بميثاق الامم المتحدة ومبادىء عدم الانحياز».

٢ ـ «ان اوروبا الغربية تتصل بالشعوب العربية عبر البحر الابيض المتوسط بصلات حضارية متينة ومصالح حيوية متداخلة لا يمكن ان تنمو الا في اطار تعاون تسوده الثقة والمصالح المتبادلة، وهي لهذا جديرة باتخاذ موقف منصف ازاء قضيتنا العادلة، تثبيتاً لاستقلال ارادتها وأداء دورها كاملاً في الشؤون الدولية، وذلك بالالتزام بالعمل بجميع الوسائل على انسحاب اسرائيل من جميع الاراضي العربية المحتلة وفي مقدمتها القدس واستعادة الشعب الفلسطيني لحقوقه الوطنية».

٣ ـ «ان العرب حريصون على صداقة جميع الشعوب، وهم يريدون تبادل المنافع معها دون تمييز، على أساس ضمان حقوقهم المشروعة وصيانة مصالحهم الحيوية، وهم حريصون كذلك على الاسهام في توفير الرفاهية للعالم على اساس ان يسهم العالم معهم في توفير العدالة والامن في منطقتهم»(٨).

---

(٨) وردت النصوص الكاملة لبيانات مؤتمر القمة العربي السادس الذي عقد بالجزائر عام ١٩٧٣ في: محمد علي العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ٥٩ ـ ٦٧.

ويرى د. محمد علي العويني ان قيمة هذه المرتكزات نابعة من صدورها من اعلى اجهزة رسم السياسة وصنع القرارات الاعلامية ممثلة في مؤتمر القمة، وانها حددت مرتكزات خاصة لكل قوة سياسية(٩). وعلاوة على ذلك فإنها صيغت استجابة للادوار المختلفة التي لعبتها القوى السياسية الدولية ابان حرب تشرين الاول/ اكتوبر، واستهدفت دعم هذه الادوار وتطويرها لخدمة الاهداف القومية العربية في مرحلة ما بعد الحرب. وهذا في حد ذاته تطور جديد جدير بالاعتبار يدل على الادراك القومي لدور الاعلام العربي المشترك في خدمة القضية العربية.

ثم اعيد صياغة المرتكزات الاعلامية لرسالة الاعلام العربي المشترك عقب مؤتمر القمة العربي السابع الذي عقد في الرباط عام ١٩٧٤، وفي ضوء مقرراته الخاصة بالقضية الفلسطينية واعتبار منظمة التحرير الفلسطينية الممثل الشرعي الوحيد للشعب الفلسطيني، ورداً على الدعاية الامبريالية والصهيونية ضد العرب التي ركزت آنذاك على نقطتين اساسيتين: القاء اللوم على العرب في ازمات عالمية ليست من صنعهم كأزمة الطاقة وازمة التضخم المالي من ناحية، وتكوين شحنة استعداد لدى الرأي العام العالمي تكون جاهزة في اي وقت لتقبل سياسات او اجراءات معادية للعرب(١٠)، ومواجهة الهجمات الاسرائيلية على الجنوب اللبناني. وفي ضوء هذه الاعتبارات انقسمت المرتكزات الاعلامية الى خمسة اقسام اساسية على النحو التالي:

اولاً: منطلقات خاصة بالقضية الفلسطينية: وتنقسم الى خمسة محاور اساسية هي:

١ ـ ان للشعب الفلسطيني، مُمَثلاً في منظمة التحرير الفلسطينية، الحق في تقرير مصيره الذي يتحدد اساساً في عودته الى ارضه ليمارس عليها سيادته وفق مشيئته الحرة، الذي يضمنه له ميثاق الامم المتحدة وقراراتها. وكشف حملات الابادة التي يتعرض لها هذا الشعب للقضاء عليه على الرغم من اعتراف الامم المتحدة بأنه الطرف الاساسي في قضية فلسطين. وتأكيد حقه في النضال بجميع الوسائل المشروعة التي كفلها له ميثاق الامم المتحدة بما في ذلك الكفاح المسلح الذي اقرته الجمعية العامة للامم المتحدة لنيل حقوقه الوطنية الثابتة، وابراز الوجه الحضاري للشعب الفلسطيني، مع طرح شعار ان الدولة الفلسطينية الديمقراطية التي يتعايش فيها اليهود والمسيحيون والمسلمون دون تمييز بسبب دين او لون او عرق هو حل عادل وانساني للقضية الفلسطينية.

---

(٩) المصدر نفسه، ص ٦٧.

(١٠) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور،» القاهرة، [د. ت]، ص ٢.

٢ ـ ان النضال العربي من اجل القضية الفلسطينية هو واجب تمليه الوحدة القومية ووحدة المصير اللتان تربطان الشعب الفلسطيني بأشقائه العرب. وهذا النضال جزء من النضال القومي العربي ضد الامبريالية العالمية التي تتخذ من اسرائيل قاعدة امامية لعدوانها وشريكاً لها. وعلى الرغم من اصرار العرب على النضال، فإن الاقطار العربية «تسعى لاقرار السلام العادل في هذه المنطقة الحيوية من العالم».

٣ ـ ان نضال الشعب الفلسطيني من اجل حقوقه هو جزء من حركة التحرر العالمية ضد الاستعمار بجميع اشكاله، وان بقاء القضية الفلسطينية دون حل عادل امر يهدد الامن والسلم العالميين. ولن يتحقق السلام في منطقة الشرق الاوسط ما لم يتمكن الشعب الفلسطيني من استرداد حقوقه الوطنية. كما ان بقاء هذه القضية دون حل يمكن ان يعرض المصالح الاقتصادية لشعوب العالم اجمع للخطر. وعلى هذا، فإن المجتمع الدولي، ممثلاً في الامم المتحدة، مطالب بتنفيذ قراراته المتعلقة بحقوق الشعب الفلسطيني.

٤ ـ ان ثمة ارتباطاً عضوياً بين اسرائيل ومفهوم الاستعمار الاستيطاني واشكال الاستعمار الامبريالي. وينبغي «ابراز فشل المشروع الصهيوني لحل ما يسمى بالمسألة اليهودية في العالم، وعدم مطابقته الاسس التي تقوم عليها اسرائيل مع منطق وطبيعة العصر، وابراز افكار وممارسات المنظمات والقوى اليهودية الرافضة لأسس قيام الكيان الصهيوني، وعزلة اسرائيل وارتباطها بالدول العنصرية وبالولايات المتحدة، وفضح زيف الديمقراطية والاشتراكية في اسرائيل، والتركيز على طبيعتها العسكرية والاستغلالية والاتوقراطية، وكشف السياسة الصهيونية واساليبها التضليلية للمستوطنين اليهود داخل الاراضي المحتلة ولليهود في الخارج».

٥ ـ اثبات عروبة القدس تاريخياً وآثار الحضارة العربية فيها، وانها ظلت حتى الاحتلال الاسرائيلي مفتوحة لجميع شعوب العالم، وفضح الممارسات الاسرائيلية التي تناقض القانون الدولي لتهويد المدينة.

ثانياً: منطلقات خاصة بالاعتداءات الاسرائيلية على لبنان: وتتضمن كشف المخططات الاسرائيلية الرامية الى تفريغ جنوب لبنان تمهيداً لاحتلاله؛ والارتكاز الى مقررات مجلس الدفاع العربي المشترك لاظهار ان هذه الاعتداءات تمثل تهديداً للسلم الدولي وتصعيداً للتوتر في الشرق الاوسط، وتأكيد تضامن الشعوب العربية مع لبنان.

ثالثاً: مرتكزات خاصة بالنفط: وتقوم على تأكيد حق العرب في حرمان الدول التي تساند الكيان الصهيوني من النفط العربي، وكشف استغلال الشركات النفطية الاحتكارية، وابراز عدم مسؤولية العرب عن ازمة الغلاء العالمي، وان برامج التنمية الطموحة في الوطن العربي سوف تستوعب كل الزيادات في عائدات النفط، وان بعض هذه العائدات سوف توجه لمساندة الدول النامية والصديقة؛ الى جانب تأكيد حرص

العرب على استقرار نظام النقد الدولي، ورفضهم لأية وصاية من الخارج على اموالهم بدعوى تنظيم تدفق الاموال العائدة لها للمحافظة على استقرار نظام النقد الدولي، والتأكيد على استغلال الصهيونية العالمية لازمة الطاقة العالمية لتحويل الصراع في الشرق الاوسط الى صدام بين العرب والدول الغربية.

رابعاً: مرتكزات خاصة بافريقيا وتقوم على السعي لتدعيم العلاقات العربية ـ الافريقية على صعيد النضال المشترك والتكامل الاقتصادي، الى جانب كشف الدور الاسرائيلي التخريبي في افريقيا، واظهار عدم جدوى المساعدات الاقتصادية الاسرائيلية التي تقدم للدول الافريقية، وتدعيم حركات التحرر الافريقي، والإعلام عن المعونات العربية لافريقيا، والطابع المشترك لاستغلال الشركات الاحتكارية لثروات الاقطار العربية والدول الافريقية على السواء.

خامساً: مرتكزات خاصة بتصحيح صورة الانسان العربي، وهي تقريباً المنطلقات التي تناولتها المرتكزات الاعلامية السابقة نفسها، مضافاً اليها «التركيز على حرص العرب على الوحدة الشاملة بين جميع الاقطار العربية التي حاول الاستعمار بكل الوسائل تأخيرها حتى الآن، وإن مواقف التضامن العربي الاخيرة تبين امكانية هذه الوحدة»(١١).

وتمثل هذه المرتكزات في تقديرنا انضج المرتكزات التي وضعت لمضمون رسالة الاعلام العربي المشترك؛ لأنها اولاً، بنيت على التناول الموضوعي Thematic Approach لمعالجة ابرز القضايا العربية التي تمثل معطيات حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، وهو في تقديرنا انسب تناول لقضايا الاعلام العربي؛ وثانياً، لأنها عبرت عن رؤية قومية جسدت الشعور الذي ساد الوطن العربي بعد الحرب بالقوة الدولية للعرب؛ وثالثاً، لأنها اتسمت بالشمول والتركيز في آن واحد واستندت الى القرارات الدولية الصادرة لصالح العرب، وجعلت من المصالح المشتركة بين العرب والشعوب الاخرى باعثاً لخلق الاهتمام بالقضايا العربية، وبالرسالة الاعلامية ذاتها؛ ورابعاً، لأنها حسمت موقف العرب في قضايا تناولتها المرتكزات التي سبقتها بقليل من الوضوح والحسم.

وقد ظلت هذه المرتكزات تمثل الاطار العام لرسالة الاعلام العربي المشترك حتى توقيع اتفاقية السلام المصرية ـ الاسرائيلية، وانتقال مقر الجامعة العربية الى تونس، اذ اضيفت منطلقات جديدة املتها متطلبات الموقف الجديد، اهمها التأكيد على ان قضية فلسطين هي جوهر مشكلة الشرق الاوسط، وانه لا يمكن تحقيق سلام عادل في المنطقة

(١١) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «قرار مجلس وزراء الاعلام العرب رقم (٤٠) في دور انعقاده العادي الحادي عشر بالموافقة على توصية ندوة المفكرين والكتاب والصحفيين ورؤساء الاتحادات الاعلامية العربية،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٥.

ما لم تقم الاسرة الدولية بجد ومسؤولية بالاعتراف بحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره على ارضه، واقامة دولته المستقلة والاعتراف بأن منظمة التحرير الفلسطينية هي الممثل الشرعي والوحيد للشعب الفلسطيني، وقد ركزت المنطلقات الجديدة على ثلاث ساحات اساسية، هي:

١ ـ الساحة الامريكية: وتضمنت المرتكزات الاعلامية الموجهة الى الشعب الامريكي المنطلقات التالية:

أ ـ التأكيد على ان العرب لا يعادون الشعب الامريكي وانما يعانون من تعسف السياسة الامريكية الرسمية المنحازة الى اسرائيل والتي تتناقض مع المبادىء والمثل التي يؤمن بها الشعب الامريكي.

ب ـ ابراز «ضخامة» العلاقات الاقتصادية والمصالح المشتركة بين العرب والولايات المتحدة الامريكية، والتذكير بأن استمرار الادارة الامريكية في تجاهل الحقوق العربية والفلسطينية المشروعة سيسيء حتماً الى تلك المصالح.

ج ـ العمل على ان يكون القرار السياسي الامريكي قراراً امريكياً مستقلاً بعيداً عن التأثيرات الخارجية ولا سيما تأثير الحركة الصهيونية.

٢ ـ الساحة الاوروبية: وتضمنت المرتكزات الاعلامية الموجهة الى شعوب غرب اوروبا المنطلقات التالية:

أ ـ التأكيد على اهمية المصالح المشتركة بين العرب وغرب اوروبا والعمل على مواصلة ودعم الحوار العربي ـ الاوروبي.

ب ـ السعي الى الوصول بمواقف شعوب غرب اوروبا الى مستوى مواقف بعض الحكومات الاوروبية ازاء القضايا العربية.

ج ـ الحرص على استقلال القرار الاوروبي عن الضغوط الخارجية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالقضايا العربية، وخاصة القضية الفلسطينية، والاشادة بالتحول الايجابي في مواقف بعض القيادات الاوروبية.

د ـ التركيز على آثار امن واستقرار منطقة الشرق الاوسط على اوروبا.

٣ ـ الساحة الافريقية: وقد استمرت المرتكزات الاعلامية الخاصة بافريقيا كما هي تقريباً مع اضافة «الاستفادة من الروابط اللغوية والدينية التي تربط افريقيا بالعالم الاسلامي العربي في خدمة المصالح المشتركة للعرب والافريقيين»(١٢).

---

(١٢) محمد علي العويني، الاعلام العربي الدولي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤)، ص ١٥٩ ـ ١٦٣.

وتطور المرتكز الاساسي الذي يحدد موقف العرب من حل القضية في اعقاب مؤتمر القمة العربي الثاني عشر الذي عقد بمدينة فاس المغربية في ايلول/ سبتمبر ١٩٨٢ ، والذي طرح مشروع السلام العربي المبني على مشروع الملك فهد لحل القضية الفلسطينية، حيث التزم هذا المرتكز الاساسي بمعالجة ومناصرة مشروع السلام العربي الذي نص على ما يلي :

أ ـ انسحاب اسرائيل من جميع الاراضي العربية التي احتلتها عام ١٩٦٧ بما فيها القدس.

ب ـ ازالة المستعمرات التي اقامتها اسرائيل في الاراضي العربية بعد عام ١٩٦٧ .

ج ـ ضمان حرية العبادة وممارسة الشعائر الدينية لجميع الاديان في الاماكن المقدسة.

د ـ تأكيد حق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره وممارسة حقوقه الوطنية الثابتة غير القابلة للتصرف بقيادة منظمة التحرير الفلسطينية ممثله الشرعي والوحيد، وتعويض من لا يرغب منهم في العودة.

هـ ـ اخضاع الضفة الغربية وقطاع غزة لفترة انتقال تحت اشراف الامم المتحدة ولمدة لا تزيد عن بضعة اشهر.

و ـ قيام الدولة الفلسطينية المستقلة بعاصمتها القدس.

ز ـ يضع مجلس الامن الدولي ضمانات سلام بين جميع دول المنطقة بما فيها الدولة الفلسطينية المستقلة.

ح ـ يتولى مجلس الامن الدولي ضمان تنفيذ تلك المبادىء(١٣).

ثانياً: اشكال الرسالة الاعلامية العربية المشتركة

تركزت الرسالة الاعلامية في نطاق الاعلام العربي المشترك حتى انتقال الجامعة الى تونس على مخاطبة جماهير غير عربية ، وذلك نتيجة لعاملين اساسيين :

اولهما: انغماس الرسالة شبه التام ـ كما مر بنا ـ في معالجة قضايا الصراع العربي الاسرائيلي .

---

(١٣) «وثائق الصراع العربي الاسرائيلي : البحث عن حل،» شؤون عربية، السنة ٣، العدد ٢٩ (تموز/ يوليو ١٩٨٣)، ج ٢، ص ٢٣٠ ـ ٢٣٦ .

ثانيهما: الاعتبارات القطرية التي جعلت من السيادة القطرية مرشحات حالت في كثير من الاحيان ـ خصوصاً ابان الخلافات العربية القطرية ـ دون مرور الرسالة الاعلامية العربية المشتركة الى جماهيرها العربية.

وعلى هذا يمكن تقسيم الرسالة الاعلامية العربية المشتركة على النحو التالي:

١ ـ رسالة اعلامية توجهها الادارة العامة للاعلام من المقر، وتشمل:

أ ـ تغطية اخبارية يومية للمجالات الآتية:

(١) وقائع واجتماعات اجهزة الجامعة الرئيسية واجهزة الامانة العامة.

(٢) النشاط العربي في مجال العمل العربي المشترك.

(٣) وقائع ازمة الشرق الاوسط وتحرك الجامعة حيالها[١٤].

وقد اتسعت هذه التغطية الاخبارية في الفترة من كانون الثاني/ يناير ١٩٧٨ الى شباط/ فبراير ١٩٧٩ فشملت الى جانب التغطية الاخبارية اليومية تغطية اخبارية شهرية لكل وقائع واجتماعات وانشطة اجهزة الجامعة الرئيسية، واجهزة الامانة العامة، والمنظمات العربية المتخصصة[١٥].

ب ـ دراسات تقدم معلومات وثائقية او خلفيات اعلامية عن القضايا التالية:

---

(١٤) استقينا هذه المعلومات من الوثائق التالية لجامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام: «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام في دور انعقادها العادي الثامن والعشرين،» القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٥؛ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقدها العادي التاسع والعشرين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦؛ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي الثلاثين،» قطر، تموز/ يوليو ١٩٧٦؛ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي الحادي والثلاثين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٧؛ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي السادس والثلاثين،» تونس، آب/ اغسطس ١٩٨٠، و«مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي السابع والثلاثين،» تونس، كانون الاول/ ديسمبر ١٩٨٠.

والى جانب هذه النشرات الاخبارية دأبت الادارة العامة للاعلام قبل انتقال مقر الجامعة الى تونس على اصدار نشرة اخبارية ذات طبيعة سرية، كانت توزع على كبار المسؤولين في الامانة العامة لاطلاعهم على تطورات الاحداث الجارية على الساحتين العربية والدولية.

(١٥) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، جامعة الدول العربية، نشرة شهرية تصدرها جامعة الدول العربية والمنظمات العربية التابعة لها، وقد صدر عددها الاول في كانون الثاني/ يناير ١٩٧٨، واصدر عددها الاخير في ١ شباط/ فبراير ١٩٧٩.

(١) مشكلة الشرق الاوسط: تطوراتها والمعالجات الدولية لها.

(٢) تطورات القضية الفلسطينية وابعادها.

(٣) جهود العرب وانجازاتهم في المجالات المختلفة.

(٤) المشكلات السياسية للوطن العربي وعلى رأسها مشكلة لبنان(١٦).

ج ـ افلام تسجيلية تركز على موضوعين اساسيين:

(١) القضية الفلسطينية مع التركيز على معاناة الشعب الفلسطيني.

(٢) تصحيح صورة العرب بابراز تقدمهم الحضاري والثقافي.

د ـ رسالة اعلامية ثقافية تبثها الجامعة من خلال مجلة «شؤون عربية» الشهرية كمنبر للدعوة الى اهداف الجامعة بالتعريف والتقريب بين ابناء الامة العربية الواحدة لمواجهة تحديات الحياة الكثيرة كتلة واحدة». وتتضمن هذه الرسالة كما حددها د. انيس صايغ اول رئيس تحرير للمجلة الموضوعات التالية:

(١) «المشاكل والهموم المشتركة للعالم العربي التي تتعدى آثارها البلد العربي الواحد لتشمل العرب كلهم على اختلاف هذه المشاكل (ثقافية وتربوية واقتصادية وتنموية وتكنولوجية واجتماعية ونفسية وامنية وسياسية وعسكرية... الخ).

(٢) «مشاريع العمل العربي المشترك وخطواته ومختلف اشكال التعاون العربي في الحقول المتنوعة داخل اطار الجامعة العربية او خارجه.

(٣)«الفكر العربي الملتزم، ماضياً وحاضراً، مضامينه مشاغله وتطلعاته، على اتساع الرقعة بين مذاهبه وعقائدياته وانتماءات اصحابه.

(٤) «الوان العطاء والابداع الحضاريين العربيين، في ماضيهما وحاضرهما، والاسهام العربي في بناء حضارة الانسانية بوجه عام، والدور الذي يمكن للعرب ان يلعبوه في المستقبل.

(٥) «الواقع العربي المجرد، ارضاً وشعباً وحياة وعادات وتقاليداً ومعالماً ودولاً وثقافات محلية.

(٦) «الجامعة العربية (امانة عامة، ومنظمات متخصصة)، رسالتها واهدافها، تاريخها ومصاعبها، نظامها وعملها، مشاريعها واسهاماتها»(١٧).

ويتضح من هذه المجلة وموضوعاتها انها تحوي المضمون الامثل لرسالة الاعلام

---

(١٦) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، تقارير ودراسات، الاعداد من ١ ـ ٦ (كانون الثاني/ يناير ـ حزيران/ يونيو ١٩٧٧). (نشرة محدودة التوزيع)

(١٧) انيس صايغ، «الافتتاحية،» شؤون عربية: العدد ١ (آذار/ مارس ١٩٨١)، ص ٥ ـ ٦.

العربي المشترك الموجهة الى الجماهير العربية، وان بث هذه الرسالة جاء ترجمة لنضج الاعلام العربي المشترك ذاته، ودليلاً على التطور الذي تحقق للوظيفة الاعلامية للجامعة العربية.

٢ ـ رسالة اعلامية توجهها المكاتب الاعلامية، وتتناول بالتحديد القضايا التي حددتها المرتكزات الاعلامية.

الفصل الخامس

الانشطة الاتصالية للاعلام العربي المشترك

تمثل الانشطة الاعلامية العربية التي يمارسها العرب في اطار الاعلام العربي المشترك اكثر جوانب العمل العربي المشترك سلبية وتأثراً بالاعتبارات غير الموضوعية التي تحكم العمل العربي المشترك وتؤثر على فعاليته، فقد أدت المصالح القطرية حتى انتقال مقر الجامعة الى تونس الى حرمان الجماهير العربية من انشطة الاعلام العربي المشترك كما مر بنا، وهو ما يعني ان هذه الانشطة ظلت لفترة طويلة توجه الى خارج الوطن العربي. ومن ناحية ثانية ادت الاعتبارات القطرية في احوال كثيرة الى ارتباط انشطة الاعلام العربي المشترك واعتمادها على الانشطة الاعلامية القطرية، وهو ما وفر للانشطة الاولى دعماً في حالة اتفاق السياسات والمنطلقات الاعلامية القومية مع نظائرها القطرية، وادى في احيان اخرى الى غلبة وهيمنة للسياسات والمنطلقات القطرية مع نظائرها القومية عندما يختلفان مع بعضهما.

ويمكن القول بأن هذه الاعتبارات القطرية قد أثرت على انشطة الاعلام العربي المشترك على النحو التالي:

ـ لم تستطع الاجهزة القائمة بالاتصال مواءمة الانشطة الاعلامية العربية المشتركة مع الممارسات السياسية الداخلية في المناطق التي تعمل فيها، ولا ان توظف انشطتها للتأثير على هذه الممارسات. وادى هذا الى عجز هذه الانشطة عن اختراق الحساسية او المناعة التي تفرضها هذه الممارسات لدى جماهير هذه المنطقة ازاء الانشطة الاعلامية الوافدة[١]. كذلك لم تستطع هذه الانشطة ان تجعل للعرب مكاناً في العلاقات

---

(١) حول دور الممارسات السياسية في مقاومة النظام السياسي للاعلام الوافد، انظر:
Walter Phillips Davison, *International Political Communication* (New York: Praeger, 1965), p. 77.

والميكانيزمات التي تربط وتحكم تفاعل وسائل الاعلام والرأي العام مع السلطة السياسية في الانظمة السياسية التي تعمل فيها[٢].

ـ وأدى الافتقار الى سياسة خارجية عربية موحدة، وتنافر السياسات القطرية ازاء قضايا العرب المصيرية الى تأكيد وتثبيت الآراء السائدة عن العرب وقضاياهم، واستمرار صورة الانسان العربي المعيبة خاصة في الدول الغربية، حيث تعمل وسائل الاعلام الوطنية في تلك الدول على تثبيت وتأكيد الاتجاهات السائدة لدى جماهيرها. وباستثناء حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، وابعادها ونتائجها السياسية والعسكرية والاقتصادية على المستوى الدولي، لم يستطع العرب، وبالتالي انشطتهم الاعلامية ان تسهم في وضع قضاياهم ضمن القضايا ذات الاولوية او الاسبقية في نطاق تأثير الرأي العام، ولا ان يرفعوا درجة اهتمام الجماهير المستهدفة بقضاياهم. وسوف تبدو اهمية هذه النقطة في الفصل التالي الذي يتناول جماهير الاعلام العربي. وعلاوة على ذلك، لم يستطع العرب، وان استطاعوا فلم يقدموا على اتخاذ مواقف ايجابية يمكن ان يستند اليها القائم بالاتصال في مسعاه لتغيير الاتجاهات والآراء السلبية السائدة في العالم الغربي عن العرب، او لادخال العرب كعامل محسوب في عمليات تحديد الاختيارات والبدائل. وبمعنى آخر، حالت ممارسات العرب القطرية بين الانشطة الاعلامية العربية المشتركة وبين ان تلعب دوراً ايجابياً في العملية التأثيرية التي تمارسها وسائل الاعلام الوطنية في الدول الغربية المستهدفة اصلاً بهذه الانشطة[٣]، التي تسلك وسائل الاعلام فيها مسلكاً منحازاً ضد العرب، اما الانشطة الاعلامية العربية المشتركة الموجهة الى جماهير الدول النامية المؤيدة او المتعاطفة اصلاً مع القضايا العربية، فيمكن القول ـ نظرياً ـ انها ايجابية؛ ولا ترجع هذه الايجابية الى قوة ذاتية في الانشطة الاعلامية ذاتها، ولكنها ترجع الى الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام ذاتها في دعم وتثبيت الاتجاهات والآراء السائدة. ولا يمكن عملياً التأكد من هذه الايجابية الا من خلال استقصاءات الرأي العام، وقياس

---

(٢) حول هذه العلاقات والميكانيزمات، انظر:

Davis B. Bobrow, «Mass Communication and the Political System,» in: Walter Phillips Davison and Frederick T. C. Yu, eds., *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions* (New York : Praeger, 1974), pp. 93-107.

(٣) حول تأثير وسائل الاعلام في الوطن العربي، انظر:

David L. Poletz and Robert M. Entman, *Media, Power, Politics: A Timely Provocative Look at How the Media Dictate Public Opinion and Affect Political Power in the United States* (New York: The Press, 1981), pp. 189-194, and Joseph Klapper, «What We Know About the Effects of Mass Communication: The Brink of Hope,» in: Alfred Goud Smith, ed., *Communication and Culture: Readings in the Codes of Human Inter-action* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1966), pp. 535-551.

مدى القرب الذي حققته الانشطة الاعلامية العربية المشتركة من الاهداف الموضوعة.

ويدرس هذا الفصل الانشطة الاعلامية التي يمارسها العرب فعلاً في نطاق الاعلام العربي المشترك، وكيفية استخدامهم لوسائل الاعلام المختلفة(٤).

اولاً: الانشطة الاعلامية في مجال وسائل الاعلام المطبوعة

تعد وسائل الاعلام المطبوعة اكثر وسائل الاعلام استخداما في نطاق الاعلام العربي المشترك على الرغم من قلتها النسبية. وتمتاز المواد المطبوعة عامة بقدرتها على نقل المعلومات كاملة في الزمان والمكان المناسبين، وهي الوحيدة من بين وسائل الاتصال التي تسمح للقارىء بالسيطرة على ظروف التعرض للرسالة الاعلامية وقراءتها اكثر من مرة والاحتفاظ بها ان اراد، علاوة على انها تسمح بتطوير الموضوع. ولكل هذه الاسباب يفضل استخدامها للوصول الى الجماهير المتخصصة والصغيرة نسبياً(٥). وتعد النشرات الصحفية بأشكالها المختلفة اهم الوسائل الاعلامية المطبوعة استخداماً في الاعلام الدولي لقيمتها الاخبارية. اما الكتب والمجلات المرجعية فهي ادوات اعلامية ثانوية تناسب الجماهير الاكثر تخصصاً، وتتناول موضوعاتها تناولاً علمياً يغلب عليها الطابع التاريخي(٦).

وتعتبر الدوريات - اذا احسن تحريرها وإخراجها - من وسائل الاعلام الدولي المهمة، وتحظى باهتمام عدد كبير من القراء، وتحرر في العادة للجمهور العام وقادة الرأي والمهتمين بالقضايا التي تعالجها بصفة عامة. وتكتسب الدوريات قوة التأثير من خلال الظهور المنتظم، ويمكنها ان تتناول موضوعات شتى نظراً لمرونتها من حيث الحجم والشكل(٧).

ويمكن عرض انشطة الاعلام العربي المشترك في مجال وسائل الاعلام المطبوعة على النحو الآتي:

---

(٤) اعتمدنا في استعراض هذه الانشطة على وثائق الادارة العامة للاعلام التي تتناول هذه الانشطة، انظر: Robert T. Bower and Laura M. Sharp, «The Use of Art in International Communication: A Case Study,» *Public Opinion Quarterly,* vol. 20, no. 1 (Spring 1956), pp. 221-228.

(٥) جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، ط ٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٨)، ص ٣٦٦، و Bertrand Canfield and H. Frazier Moore, *Public Relations: Principles, Cases and Problems,* 6th ed. (Homewood, Ill.: Richard Irwin, 1973), p. 60.

(٦) Scotte Cutlip and Allen Center, *Effective Public Relations,* 4th ed. (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc., 1971), p. 288.

(٧) المصدر نفسه، ص ٢٨٣ - ٢٨٤.

١ ـ النشـرات الصحفيـة

تصـدر الادارة العامة للاعلام نشرة صحفية توزع على وسائل الاعلام في مدينة تونس ومن قبلها في مدينة القاهرة، وعلى مكاتب وكالات الانباء العربية ومراسلي وكالات الانباء والصحف العالمية. وتتضمن النشرة انباء الوطن العربي، وتطورات ازمة الشرق الاوسط، ووقائع اجتماعات وانشطة الجامعة.

وتشير المادة العلمية المتوفرة لهذه الدراسة ان مكاتب الاعلام العربي في الخارج تصـدر هي الاخـرى نشـرات صحفية بلغـات الدول التي تعمل فيها، وان بعض هذه النشرات يومي، وبعضها الآخر اسبوعي او نصف شهري، وبعضها يصدر في مواعيد غير منتظمة، وكلها تتناول اخبار الجامعة العربية والوطن العربي، وتطورات ازمة الشرق الاوسط.

٢ ـ الكتـب المرجعيـة

وتشير المـادة العلمية المتوافرة ايضاً الى ان جهاز الاعلام العربي لا يصدر كتباً وثائقية بالمعنى العلمي، وإن كانت تشير الى أن مكتب الاعلام العربي في نيودلهي كان يعـد منذ عام ١٩٧٥ لاصدار كتاب مرجعي عن الجامعة العربية، وان مكتب الاعلام العربي في بيونس ايرس اصدر مجلة فصلية وثائقية عن الجامعة العربية واقطارها باسم «شؤون عربية».

٣ ـ الدوريـــات

اقتصر نشاط الادارة العامة للاعلام قبل انتقال الجامعة الى تونس على اصدار نشرة دورية باسم «تقارير ودراسات»، وكانت عبارة عن مجلة في شكل نشرة دورية محدودة التوزيع، تقدم دراسات وتقارير عن قضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي. ثم تطور نشاط الادارة العامة في مجال الدوريات باصدار مجلة «شؤون عربية» الشهرية التي صدر عددها الاول في آذار/ مارس ١٩٨١. وتصدر مكاتب الاعلام العربي في الخارج دوريات إما فصلية او شهـرية؛ بعضها منتظم الصدور وبعضها الآخـر غير منتظم الصدور. فعلى سبيل المثـال يصـدر مكتب الاعلام العربي في نيويورك مجلة «آفاق عربية»، ويصدر مكتب رومـا مجلة «العـالم العـربي»، ويوزع ملخصـاً لهـا على الصحف والمجلات الايطالية، ويصـدر مكتب مدريد مجلة «العـربي»، ويصدر مكتب بيونس ايرس مجلة «شؤون عربية»، ويصدر مكتب نيودلهي مجلة «العربي الجديد»، ويصدر مكتب واشنطن مجلة باسم «العالم العربي»، واخرى باسم «آراء عربية»، الى جانب «مختار فلسطين»، ويصـدر مكتب لاغوس مجلة «العالم العربي». وتركز موضوعات هذه المجلات على

التعريف بالوطن العربي وقضاياه الى جانب شرح وجهة النظر العربية في الصراع العربي - الاسرائيلي.

٤ - الكتيبات والكراسات والمطبوعات الاخرى

تهتم مكاتب الاعلام العربي في الخارج بهذا النوع من المواد الاعلامية اكثر من اهتمام الادارة العامة للاعلام. وتتناول هذه المطبوعات في الغالب القضية الفلسطينية وابراز الموقف العربي في الصراع العربي - الاسرائيلي، والرد على الدعاية الصهيونية، وتركز في المقام الثاني على تصحيح صورة العرب واستعراض مظاهر الحضارة العربية والعلاقات بين العرب والدول التي تعمل فيها مكاتب الاعلام العربي، الى جانب الدفاع عن الاسلام.

٥ - تشجيع وحفز التأليف والانتاج الخارجي

تقوم الادارة العامة للاعلام بتشجيع الكتّاب وحفزهم على وضع مؤلفات عن جامعة الدول العربية، والقضايا العربية. وتشمل مساهمة الجامعة في هذا الصدد المساعدة في تقديم المادة العلمية وتشجيع الناشرين على نشر هذه المؤلفات، إما من خلال تقديم دعم مالي او من خلال شراء كمية من النسخ المطبوعة. ومن امثلة الكتب التي صدرت بهذه الطريقة الكتيب الذي اعده د. بطرس غالي وزير الدولة المصري للشؤون الخارجية بعنوان «دليل جامعة الدول العربية»، والذي صدر كملحق لمجلة الاهرام الاقتصادي[٨]. وتقوم مكاتب الاعلام العربي في الخارج ايضاً بحفز رجال الاعلام والكتّاب المؤيدين او المتعاطفين مع العرب على كتابة مقالات في صحف بلادهم دفاعاً عن وجهات النظر العربية، ويلاحظ ان مكاتب الاعلام العربي في الولايات المتحدة وكندا تلعب دوراً بارزاً في هذا المجال.

٦ - الاعلانات الصحفية المدفوعة

يستخدم الاعلام العربي المشترك الاعلانات الصحفية المدفوعة الاجر في نقل رسالته الاعلامية الى الجمهور العام على نطاق واسع في توقيت محدد. ويكثر استخدام هذه الاعلانات الصحفية في الولايات المتحدة وكندا؛ ويرجع ذلك الى ان الاعلانات السياسية تعد وسيلة متطورة في هاتين الدولتين وتستقطب قراءً كثيرين يمتازون بسعة الاطلاع[٩].

(٨) مقابلة شخصية مع الاستاذ يحيى ابو بكر، ولم يستطع الباحث العثور على هذا الكتيب.

(٩) عبد الرحمن الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول (بيروت: الدار المتحدة للنشر، ١٩٧٤)، ص ١٥١.

وقد ذكرت دراسة د. عبد الرحمن الزامل ان مكاتب الاعلام العربي في الولايات المتحدة الامريكية تستخدم الاعلانات السياسية المدفوعة بصورة متقطعة وعلى الاخص في سنوات الانتخابات الامريكية من خلال تحقيق تأييد للمرشحين الذين يميلون الى العرب او على الاصح الاقل عداء للعرب(١٠). وتشير تقارير انشطة مكاتب الاعلام العربي في الولايات المتحدة الامريكية وكندا الى ان الاعلانات السياسية تستخدم اساساً للرد على الدعاية الصهيونية، او لشرح تطور مهم في القضية الفلسطينية.

ثانياً: الانشطـة الاعلاميـة فـي مجـال وسائل الاعلام المسموعة والمرئية

يمتاز الراديو من بين وسائل الاعلام الجماهيرية الاخرى بقدرته على الوصول الى جميع السكان بسهولة متخطياً حواجز الامية، والحواجز الجغرافية، ويستطيع ان يصل الى الجماعات الخاصة، فضلاً عن كونه اسهل وسائل الاعلام استخداماً. واذا كان الراديو قد اصبح في الدول المتقدمة من الوسائل الاعلامية التي يعرض الفرد نفسه لها بلا اهتمام او تركيز، حيث صار يستخـدم اساساً كمصدر يوفر للفرد خلفية ترفيهية اكثر مما يعمل كهـدف للاهتمـام المـركّز، فإنه يتفوق الى حد كبير في قدرته على الاقناع من المواد المطبوعة نتيجة لوصوله الى جماهير ذات مستويات ثقافية وتعليمية اقل بشكل عام، واقل إنتقاء للمواد الاعلامية، واكثر استعداداً لتقبل الايحاء(١١)، وعلاوة على ذلك يوسع الراديو مجـال الاعـلام العـام من خلال ما يحصل عليه الافراد من آراء ومناقشات وتحليلات تمكنهم من فهم مجرى الاحداث ومغزاها(١٢).

ويعتقد كثير من الباحثين ان للتليفزيون والافلام فعالية لاعتمادهما على حاستي السمع والبصر، ولما لاحظوه من انهما يستحوذان على اهتمام كبير من جانب الجماهير يفوق الاهتمام الذي تحظى به وسائل الاعلام الاخرى. وبشكل عام يتمتع التليفزيون والافـلام السينمـائية بعدة مزايا يشاركان في بعضها وسائل الاعلام الاخرى، وينفردان ببعضهـا الآخر. ومن المزايا التي ينفردان بها انهما اقرب وسائل الاعلام الى الاتصال المـواجهي، فهمـا يجمعـان بين الـرؤية والصوت والحركة واللون. ويتفوق التليفزيون والافلام على الاتصال المواجهي في انهما يستطيعان ان يكبرا الاشياء الصغيرة، ويحركا

---

(١٠) المصدر نفسه، ص ١٥١ ـ ١٥٢.

(١١) رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، ص ١٥١.

(١٢) Alice Shelley, «Radio and Television Publicity,» in: Philip Lesly, ed., *Public Relations Handbook,* 2nd ed. (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1962), p. 542.

الاشياء الثابتة، وانهما يقدمان الاحداث التي لا يمكن مشاهدتها او حضورها، وفضلاً عن ذلك، يعد التليفزيون في المجتمعات المتقدمة، لا سيما الولايات المتحدة، وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول الى اكبر عدد من المواطنين، في الوقت الذي اصبح فيه الراديو والصحف والمجلات وسائل اعلام محلية، او وسائل تتجه الى جماهير متخصصة او محددة(١٣).

وتمتاز الصور ولوحات الحائط والملصقات وكل المواد المصورة التي تعرض في المعارض بقدرتها على جذب انتباه الجماهير لغلبة عنصر الفن عليها. وقد اثبتت احدى الدراسات العلمية ان في مقدور المعروضات المصورة والمعارض الفنية الدولية ان تلعب دوراً في تكوين الاتجاهات، او تغيير بعض الاتجاهات نحو الجماعات والدول المشتركة فيها(١٤).

اما انشطة الاعلام العربي المشترك في مجال وسائل الاتصال المسموعة والمرئية فهي كالآتي:

١ ـ الانشطـة المسموعـة

تعتبر انشطة الاعلام العربي المشترك في مجال الاذاعة المسموعة ضئيلة الى حد كبير وتكاد لا تذكر، فلم تقم الادارة العامة للاعلام بانتاج اذاعي يذكر، وان كانت المادة العلمية المتاحة من وثائق جامعة الدول العربية تشير الى ان مجلس الجامعة كان قد وافق في آذار/ مارس ١٩٥٩ على توصية بتخصيص برنامج يومي في اذاعات الاقطار العربية يسمى «ركن الجامعة العربية» تقوم باعداد مادته الاذاعية الجامعة العربية بالاشتراك مع الاذاعات القطرية(١٥). وكان الغرض من هذا البرنامج اطلاع الرأي العام العربي على وقائع واجتماعات وانشطة الجامعة، وشرح اهدافها وسياساتها. ولكن الفكرة لم تنفذ لاعتبارات سياسية(١٦). ثم طرحت الفكرة مرة ثانية عام ١٩٦٥ تحت اسم «اللقاء العربي» اذ وافق مجلس الجامعة في نيسان/ ابريل ١٩٦٥ على تقرير اللجنة الدائمة للاعلام العربي الذي تضمن الموافقة على مشروع اعدته لجنة من الخبراء. وقد تضمنت التوصية ضرورة التزام الاذاعات القطرية في اعدادها لهذا البرنامج بما يتفق عليه من خطوط عامة،

---

(١٣) رشتي، المصدر نفسه، ص ٣٦٨ ـ ٣٦٩، و
Cutlip and Center, *Effective Public Relations*, p. 301.

(١٤) Bower and Sharp, «The Use of Art in International Communication: A Case Study,» pp. 221-228.

(١٥) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (١٥٧١)، ٢٦ آذار/ مارس ١٩٥٩، بالموافقة على توصية ببرنامج ركن جامعة الدول العربية.

(١٦) مقابلة شخصية مع الاستاذ يحيى ابو بكر.

وان توزع هذه البرامج على الاقطار العربية قبل خمسة اسابيع على الاكثر قبل الوقت المحدد لاذاعتها، وعشرة اسابيع بالنسبة للمملكة العربية السعودية(١٧). وقد نفذت عدة اذاعات عربية الفكرة، منها الاذاعة المصرية، بيد ان البرنامج لم يعش طويلاً بسبب الخلافات القطرية داخل الجامعة(١٨).

أما بالنسبة لانشطة مكاتب الاعلام العربي في الخارج، فقد ذكرت دراسة الزامل أن انشطتها الاذاعية في الولايات المتحدة محدودة للغاية، وانها محصورة بوجه عام في ظهور مدير مكتب الاعلام او سفير عربي في شريط اخباري او ندوة تليفزيونية. اما فيما يتعلق بالندوات الاذاعية او التليفزيونية فغالباً ما يكون الاشتراك فيها بناء على دعوة من معدي البرامج، لا سيما البرامج او الفقرات التي تتناول الصراع العربي - الاسرائيلي. وذكرت دراسة الزامل ايضاً نقلاً عن مسؤول في مكتب الاعلام العربي في واشنطن، ان موظفي المكتب يقدمون ثلاثة عشر برنامجاً اذاعياً في الشهر في مختلف انحاء الولايات المتحدة تبثّ من محطات في المناطق التي توجد بها مكاتب للجامعة، وان العمل الاساسي الذي يقوم به المكتب في هذا الصدد يتركز في اعداد برنامج مدته خمس عشرة دقيقة بعنوان «عرض لاقوال الصحف العربية»، وان ١٦ محطة اذاعية امريكية تذيع هذا البرنامج(١٩).

وتشير المادة العلمية المتوفرة الى ان مركز الاعلام العربي في واشنطن يشرف على تمويل واعداد برنامج اذاعي اسبوعي يذاع الآن من ٢٥ محطة اذاعية، وهو عبارة عن جزء من برامج مماثلة لدول عدة تقوم باذاعتها مؤسسة اذاعية امريكية، والبرنامج عبارة عن مقتطفات من الصحف العربية. وتعد انشطة الاعلام العربي المشترك الاذاعية في الولايات المتحدة صورة طبية الى حد كبير بالنسبة لانشطة باقي مكاتب الاعلام العربي الاخرى؛ اذ تشير تقارير انشطة هذه المكاتب ان نشاطها الاذاعي يقتصر في الغالب على تزويد معدّي البرامج الاذاعية في هذه الدول بالمواد المطبوعة التي تمكنهم من تفهم وجهة النظر العربية في الصراع العربي - الاسرائيلي، او للرجوع اليها عند كتابة التحليلات او التعليقات السياسية. وتشير هذه التقارير ايضاً الى ان مكتب الاعلام العربي في بيونس ايرس يقدم دعماً مالياً لمعدّي البرامج الاذاعية للاهتمام بقضايا العرب، وان فرع هذا المكتب في سانتياغو اقترح عام ١٩٧٦ استئجار «ركن» في احدى الاذاعات المحلية باسم «ركن الوطن العربي» لتمكين المكتب من تقديم المواد الاذاعية بما يخدم

---

(١٧) جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٥/ د - ٤٣/ جـ ٧)، ٢٠ نيسان/ ابريل ١٩٦٥.

(١٨) مقابلة شخصية مع الاستاذ يحيى ابو بكر.

(١٩) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ١٥٠.

وجهة النظر العربية. كما تشير التقارير نفسها ان مكتب الاعلام العربي في مدريد تلقى عرضاً عام ١٩٨٠ من احدى الاذاعات الاسبانية بتخصيص ساعة يومياً للحديث عن القضايا العربية. وانه اعتذر لضعف إمكاناته المادية والبشرية.

٢ ـ الانشطة في مجال التليفزيون

لا تقوم الادارة العامة للاعلام بأي نشاط تليفزيوني يذكر، ويقتصر نشاط معظم مكاتب الاعلام العربي على مواصلة الاتصالات الشخصية مع المسؤولين في محطات التليفزيون في الدول التي تخدمها هذه المكاتب لحثهم على زيادة الاهتمام بالوطن العربي وقضاياه. وتشترك مكاتب الاعلام العربي في الولايات المتحدة وكندا واسبانيا في الندوات التليفزيونية التي تتناول الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

٣ ـ الانتاج السينمائي

تقوم الادارة العامة للاعلام بانتاج عدد محدود من الافلام السينمائية التسجيلية القصيرة التي توزعها على مكاتب الاعلام العربي في الخارج، وتتناول ثلاث قضايا اساسية، هي:

- القضية الفلسطينية، مع ابراز مأساة الشعب الفلسطيني.
- التقدم الحضاري للعرب.
- تفاعل العرب مع الشعوب الاخرى.

وتشكو معظم مكاتب الاعلام العربي من كثرة الطلبات التي تتلقاها، مع عدم صلاحية النسخ التي تملكها للعرض، لكثرة استخدامها. واكثر الجهات طلباً لهذه الافلام هي جمعيات الصداقة مع العرب. واندية المغتربين، والطلبة العرب. وتشترك المكاتب بهذه الافلام في اسابيع الافلام العربية التي تقام في مناطقها.

٤ ـ المعارض

تشترك الادارة العامة للاعلام في المعارض التي تقام في الاقطار العربية او الخارج، خاصة في الدول الصديقة، معتمدة على المواد الاعلامية التي تحصل عليها من الاقطار العربية، كما تشارك مكاتب الاعلام العربي في المعارض التي تقام في المناطق التي تخدمها. وتنقسم هذه المعارض الى نوعين اساسيين: إما معارض حضارية وفنية، او معارض كتب.

ثالثاً: انشطة الاعلام العربي المشترك في مجال الاتصال المواجهي

يعتبر الاتصال المواجهي اكثر اشكال الاتصال استخداماً في الاعلام العربي المشترك لما يمتاز به عن غيره بأنه يوفر اتصالاً مباشراً ومتبادلاً، ولما يتمتع به من مزايا سيكولوجية خاصة تتيح له التكيف والمرونة حينما يواجه بمقاومة من جانب مستقبل الرسالة. فضلاً عن انه يمكّن القائم بالاتصال من الوقوف على مدى تأثير رسالته بصورة فورية[٢٠]، وبقدرته على نقل رغبات ومطالب وتهديدات وجزاءات خاصة الى جماهير مؤثرة بطرق مقبولة[٢١]، وعدم حاجته الى قدرات مالية او فنية تفوق قدرات القائم العربي بالاتصال، واخيراً لتفوقه في قدرته الاقناعية التي يحتاجها الاعلام العربي المشترك وطبيعة القضايا التي يعالجها. وتشمل انشطة الاعلام العربي في هذا المجال ما يلي:

١ ـ الندوات والمؤتمرات

تعتبر الندوات والمؤتمرات نشاطاً اساسياً للاعلام العربي المشترك والتي تمارسها المكاتب الاعلامية خارج الوطن العربي بالاشتراك مع السفراء العرب وممثلي منظمة التحرير الفلسطينية، وتدور هذه الندوات والمؤتمرات حول موضوعين اساسيين، هما: الصراع العربي ـ الاسرائيلي مع التأكيد على الحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني، والتعريف بالوطن العربي وقضاياه، وأوجه تقدمه.

٢ ـ الاتصالات الشخصية

وتمثل هي الاخرى نشاطاً أساسياً في الاعلام العربي المشترك. وعلى الرغم من ان تقارير انشطة هذه المكاتب لا تشير في الغالب الاعم الى مضمون هذه الاتصالات او الى الهدف منها، فإنه يمكن القول بأنها تتناول الموضوعات نفسها التي تركز عليها الرسالة الاعلامية العربية. وتركز هذه الاتصالات في الغالب على الجماهير التالية:

أ ـ جمعيات الصداقة مع العرب.

ب ـ المغتربين والطلبة العرب.

ج ـ رجال الاعلام.

---

(٢٠) رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، ص ٣٦٩.

(٢١) Poletz and Entman, *Media, Power, Politics: A Timely Provocative Look at How the Media Dictate Public Opinion and Affect Political Power in the United States*, p. 242.

د ـ الغرف التجارية.

هـ ـ الجامعات والمؤسسات التعليمية.

و ـ رجال الحكومة والهيئات النيابية.

وتذكر دراسة د. الزامل ان المعوق الاساسي للاتصالات الشخصية التي تجريها مكاتب الاعلام العربي المشترك في الولايات المتحدة يكمن في اعتراض رجال السلك الدبلوماسي العربي الذين يرون ان مثل هذه الاتصالات تخضع لنفوذهم، ولا يجوز لمكاتب الاعلام العربي بالتالي الاضطلاع بها(٢٢). بيد ان تقارير انشطة المكاتب تفيد ان هذه الاتصالات تتم في معظم الاحيان بمشاركة السفراء العرب في الولايات المتحدة وتحت اشرافهم.

وتذكر الدراسة ايضاً ان الطريقة السائدة للاتصالات التي تجريها السفارات العربية في الولايات المتحدة تعتمد على حفلات الاستقبال. واوردت الدراسة صورة لهذه الحفلات نقلاً عن صحيفة نيويورك هيرالد تريبيون في عددها الصادر في ٦ حزيران/ يونيو ١٩٦٦ كما يلي:

«في كل مرة تطالع فيها صفحات المجتمع في احدى صحف واشنطن، تقرأ عن حفلة جديدة اقامتها سفارة احدى البلدان العربية. وبالنسبة لهذه الحفلات فإن بريطانيا العظمي، وفرنسا والمانيا الغربية، بل وحتى الاتحاد السوفياتي تبدو دولاً صغيرة بالمقارنة بالمغاربة والجزائريين والتونسيين».

ويؤكد د. الزامل ان هذه الحفلات تتسم بالتبذير، وليس لها هدف سوى الاحتفاء باعضاء السلك الدبلوماسي الاجنبي، وان الذين يدعون لهذه الحفلات لا يختارون وفقاً لاعتبارات استراتيجية بالنسبة للوطن العربي، وإنما يدعون لاسباب شخصية بحتة كالمعرفة الشخصية مثلاً(٢٣).

٣ ـ المحاضـــرات

وتشكل ايضاً نشاطاً اساسياً لكل مكاتب الاعلام العربي، ويقوم بالقائها مدير المكتب او احد معاونيه، او يدعى لإلقائها احد السفراء العرب او ممثل منظمة التحرير الفلسطينية، في العواصم التي تحتفظ بتمثيل للمنظمة لديها، او احد الشخصيات السياسية او الثقافية او العلمية المتعاطفة مع العرب. اما جمهورها، فتشير تقارير انشطة المكاتب الى انها الجماهير نفسها التي تستهدفها الاتصالات الشخصية، وتتدرج

---

(٢٢) الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول، ص ١٤٢ ـ ١٤٣.

(٢٣) المصدر نفسه، ص ١٤٣ ـ ١٤٤.

الموضوعات في الغالب تحت الموضوعات الاساسية الآتية:

أ ـ الاسلام وموقفه من القضايا المعاصرة.

ب ـ القضية الفلسطينية.

ج ـ العلاقات بين العرب والشعوب الاخرى.

د ـ الاوضاع السياسية في الوطن العربي.

هـ ـ التعريف بالوطن العربي مع التركيز على الثقافة العربية.

و ـ الجامعة العربية.

٤ ـ الاحداث والمناسبات الخاصة

تحتفل كل اجهزة الاعلام العربي المشترك سنوياً بمناسبات قومية عربية كيوم الارض في ٣٠ آذار/ مارس الذي يواكب ذكرى قيام اسرائيل، ويوم الجامعة في ٢٢ آذار/ مارس الذي يواكب انشاء الجامعة العربية، الى جانب اسبوع فلسطين الذي يُحتفل به في الاسبوع الثالث من شهر ايار/ مايو من كل عام. وتشير تقارير انشطة الاعلام العربي المشترك الى ان الاحتفال بهذه المناسبات يعتمد على الاتصال المواجهي اساساً الى جانب وسائل الاعلام الاخرى.

الفصل السادس

جماهير الإعلام العربي المشترك

على الـرغـم من كثـرة الحديث عن الرأي العام وضرورة استقطابه لدعم العرب وقضاياهم داخل الوطن العربي وخارجه، فإن المعالجة لهذا الموضوع قد تثير الكثير من الاحباط، وتؤكد المقولة الثابتة بأن الاعلام العربي المشترك لا يستطيع وحده ان يفعل شيئاً في غياب السياسة الخارجية العربية الموحدة، وعجز العرب عن تأكيد وجودهم القومي على الساحة الدولية.

اولاً: مفهوم الرأي العام

الرأي العام هو «مركب الافضليات او الاختيارات التي يعبر عنها عدد كبير من الافراد بالنسبة لقضية ذات اهمية عامـة»(١). وقـد يكون من المفيد تناول مكونات هذا التعريف باختصار للدلالة على مدى تعقد موضوع الرأي العام بالنسبة للاعلام العربي المشترك.

يتضمن هذا التعريف خمسة عناصر اساسية، اولها وجود قضية او مجموعة قضايا تمثـل موقفـاً او مواقف خلافية، او تتضمن نوعـاً من الصـراع المؤقت. وهذا الموقف الخـلافي هو الـذي يميز الـرأي العام عن القانون كسياسة مقننة، وعن العادة كنموذج للسلوك التقليدي، وكل قضايا العرب المصيرية تشكل قضايا خلافية بالنسبة للرأي العام غير العربي، خاصة في العالم الغربي. وثانيها يشترط وجود عدد من الافراد المهتمين بهذه القضية او القضايا يمكن تمييزه وإدراكه وقياسه، وهم الذين يطلق عليهم اصطلاح «جمهور الرأي العام». وعلى هذا فإن كل قضية تخلق جمهورها. وثالثها وجود مركب

---

(١) Bernard C. Hennessy, *Public Opinion*, 3rd ed. (North Scituate, Mass.: Duxburg, 1975), p. 5.

من الافضليات الذي يشير الى مجمل الآراء التي كوّنها الافراد حول القضية، وتوزيعها من حيث الاتجاه وحدة الكثافة من حيث قبول او رفض القضية والاجراءات المترتبة على الرفض او القبول. ويثير الافراد الذين لا يعلمون شيئاً عن القضية مشكلة بالنسبة لمفهوم الرأي العام. وقد يكون من المناسب تقسيمهم الى فئتين: فئة تضم هؤلاء الذين لا رأي لهم لأنهم لا يهتمون بالقضية؛ وفئة ثانية تضم اولئك الذين يهتمون بالقضية ولكنهم يؤجلون او يعلقون حكمهم عليها، ومن الناحية النظرية، يمكن استثناء الفئة الاولى من مركب الآراء بالنسبة لقضية ما في اي وقت من الاوقات؛ ولكن من الناحية السياسية يمكن اعتبارهم افراداً يمكن ان يهتموا بالقضية، وان يغيّروا بالتالي التوازن القائم في مركب الآراء. اما الفئة الثانية، فيمكن اعتبارها احد الآراء الداخلة في مركب الآراء. و رابعها يتضمن مفهوم الرأي العام والتعبير عنه، و خامسها اهتمام عدد كافٍ من الافراد بالقضية، ولا يتطلب ذلك ان يكوّن معظم الافراد الذين تمسهم القضية آراء حولها، فإن الذين تمسهم القضية يدخلون في مفهوم الجمهور، سواء أكانوا يعلمون عنها ام لا. ولكن الذين يكونون آراء حولها هم وحدهم الذين يدخلون في مفهوم الرأي العام. ومن ناحية اخرى، لا يشترط ان يكون تفضيل او اختيار الاغلبية مدركاً بوضوح بين اولئك الذين كوّنوا رأياً في القضية، فإن تفضيل او اختيار الاغلبية لا يظهر بوضوح الا في حالات استقصاءات الرأي العام او الانتخابات.

والأهم من مدى وضوح تفضيل او اختيار الاغلبية، القدرة الممكنة او المحتملة لهذا التفضيل او الاختيار على التأثير في السياسة. بمعنى آخر، اننا نريد ان نعرف مدى فاعلية وجهات النظر المختلفة التي تكونت لدى الجمهور المهتم بالقضية على خلق او تغيير افضليات او اختيارات افراد الجمهور، او قدرتها على جذب افراد جدد الى عضوية الجمهور(٢). وهذه النقطة الاخيرة على قدر كبير من الاهمية بالنسبة للدراسات الاعلامية، وبالنسبة للاعلام العربي المشترك على وجه الخصوص. والسؤال الآن هو: هل لدى الاعلام العربي المشترك القدرة على التعامل مع الرأي العام بمكوناته السابقة؟

ثانياً: الاعلام العربي المشترك ومشكلة الرأي العام

تتجمع كل مشكلات الاعلام العربي المشترك لتصب في مشكلة رئيسية تتمثل في عجزه في جعل تفضيل اغلبية جماهير الرأي العام في المناطق التي يعمل فيها في صالح العرب وقضاياهم. فإلى جانب قدرات الاعلام العربي المشترك المحدودة التي فرضت عليه ان يتعامل مع هذه الظاهرة المعقدة التي قد لا يعلم عن تفاصيلها الكثير نتيجة

(٢) المصدر نفسه، ص ٥ ـ ٩.

لافتقاره الى القدرات المادية والعلمية والعملية على قياسها ومتابعة تطورها والتأثير فيها، فإن الاوضاع العربية نفسها وبقية القوى والمتغيرات التي تتداخل في الصراع العربي ـ الاسرائيلي وتؤثر فيه قد فرضت عليه اوضاعاً غير مواتية على الاطلاق، خاصة في الدول الغربية. ويمكن اجمال محددات قدرة الاعلام العربي المشترك في هذا الصدد فيما يلي:

١ ـ ان الجماهير، وخاصة في الدول الغربية، لا تهتم بقضايا السياسة الدولية اساساً، لأنها لا تمس حياتها اليومية، ولا تشبع احتياجات لديها(٣). ولم يستطع العرب ان يجعلوا قضيتهم محور اهتمام هذه الجماهير الا من خلال الحظر النفطي عن هذه الدول الذي صاحب حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣. ومع ذلك استطاعت الدعاية الصهيونية ان تستغل الحظر النفطي لتحميل العرب تبعات ازمة الطاقة وازمة التضخم المالي الذي اعقب الحظر النفطي(٤).

٢ ـ ويساعد على قلة اهتمام الجماهير قلة اهتمام وسائل الاعلام، وإعطائها لموضوعات السياسة الدولية اهتماماً ثانوياً بالنسبة لاهتماماتها وللمساحات التي تخصصها لموضوعات السياسة الداخلية(٥)، وضعف الانشطة الاعلامية العربية ـ القومية والقطرية ـ من حيث الكم والكيف.

٣ ـ ان الاعلام العربي المشترك، والاعلام العربي القطري يعتبران اضعف القوى التي تسعى للتأثير في الرأي العام في تلك الدول، اذا قورنا بفعالية القوى السياسية الداخلية وقوة النفوذ الصهيوني؛ فعلى سبيل المثال، «يندر ان تخلو صحيفة بريطانية من احد المحررين المعروفين بتأييدهم الشديد لاسرائيل، وينطبق هذا على الصحافة اليومية والصحافة الاسبوعية، كما ينطبق على شركات التليفزيون. والواقع انه لم يحدث منذ الحرب العالمية الاولى ان خضعت وسائل الاعلام لمثل هذه الضغوط العنيفة التي خضعت لها فيما يتعلق بمشكلة الشرق الاوسط. وقد كانت النتيجة ان الجمهور تعرض بانتظام لمحاولة الحصول على تعاطفه، بل واحياناً توحده مع الاسرائيليين. حتى ابسط الحقائق من قبيل امتلاء السجون الاسرائيلية بالمعتقلين السياسيين والاحتلال العسكري لأراضٍ تعادل ثلاثة اضعاف حجم اسرائيل الاصلي ثم تزييفها وتحويلها الى فضائل اسرائيلية

---

(٣) Walter Phillips Davison, *International Political Communication* (New York: Praeger, 1965), pp. 51-52.

(٤) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور،» القاهرة، [د. ت.]، ص ٢.

(٥) جان بينوتو، «الرأي العام والسياسة الدولية،» في: وسائل الاتصال والتفاهم الدولي، الترجمة العربية للدراسات التي ناقشتها الحلقة العلمية التي عقدتها جامعة ليوبليانا اليوغوسلافية عام ١٩٦٨ (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٦٩)، ص ١٢٥.

لدرجة وصف الاحتلال الصهيوني بأنه اطيب احتلال في التاريخ»[٦]. وفي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، تحدد السياسة الامريكية تجاه القضية الفلسطينية ثلاثة محددات هي: رجال الاعمال الامريكيين، ثم اللوبي اليهودي حيث تشكل الجالية اليهودية ٣ بالمائة من سكان الولايات المتحدة، وساهمت بحوالى ٦٠ بالمائة من نفقات الحملات الانتخابية للحزب الديمقراطي، وبحوالى ٤٠ بالمائة من حملات الحزب الجمهوري. وتعتمد الحكومة الامريكية على قوة اليهود، وخاصة في الكونغرس لتمرير قوانين وفي مسائل اخرى، واخيراً صورة اسرائيل الطيبة والمشجعة لدى الرأي العام الامريكي[٧].

٤ ـ إن الاعلام العربي (المشترك والقطري) يعمل في الغالب في بيئة مضادة، او على الاقل غير مواتية نتيجة لميل السياسات الوطنية في الدول الغربية الى الطرف المعادي في الصراع العربي ـ الاسرائيلي بدرجات مختلفة تصل الى حد التعصب العنيف ضد العرب. يصف كريستوفر مايهيو ومايكل آدامز مدى انحياز البرلمان الانكليزي ضد العرب فيقولا: «اما من يجرؤ على شرح وجهة النظر العربية في البرلمان البريطاني فمصيره الصياح في وجهه، والقذف في حقه حتى يتزايد الضجيج والحقد من حوله فيضطر الى النزول عن المنصة. وهناك امثلة عديدة على ذلك. وقد كان من نتائج حرب تشرين الاول/اكتوبر، وانكشاف عدد كبير من الافتراءات الدعائية لاسرائيل، ان اصبح اي طلب للحديث عن مشكلة الشرق الاوسط في البرلمان يواجه بمعارضة شديدة، وذلك بهدف عدم الخوض في الموضوع على الاطلاق، اذ يخشى مؤيدو اسرائيل من تصاعد الانتقادات الاساسية لهم. ومن النقاط المهمة في هذا الخصوص ان احداً لم يجرؤ على طرح موضوع ازدواجية ولاء اعضاء البرلمان البريطاني من اليهود، بل ازدواجية ولاء اليهود البريطانيين بصفة عامة، هذا رغم وضوح ما تدعو اليه كافة المؤتمرات الصهيونية من ضرورة نضال اليهود في البلاد كافة من اجل اسرائيل اولاً»[٨].

٥ ـ إن اساليب القهر والعنف التي تمارسها القوى الصهيونية على الصفوة المثقفة التي تُظهر تفهمها او تعاطفها مع العرب، والتي تمتد الى التنديد والتشهير والايحاء بأن المثقف المتعاطف انسان شرير وتجريحه شخصياً وتدمير سمعته واتهامه بمعاداة السامية، والى مقاطعته وحرمانه من نشر افكاره[٩]، تؤدي كلها الى إرهاب هذه الصفوة والضغط عليها

---

(٦) نزيه نصيف الايوبي، «مراجعة كتاب: التضليل الاعلامي لقضية الشرق الاوسط،» السياسة الدولية، السنة ١٢، العدد ٤٥ (تموز/ يوليو ١٩٧٦)، ص ١٦٣ ـ ١٦٤.

(٧) عبدالله الاشعل، «مراجعة كتاب: الولايات المتحدة والفلسطينيون،» السياسة الدولية، السنة ١٩، العدد ٧٢ (نيسان/ ابريل ١٩٨٣)، ص ٢٠٠، وانظر ايضاً: محمد السعيد ادريس، «الرؤية الامريكية لاسرائيل،» المستقبل العربي، السنة ٣، العدد ٢١ (تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨٠)، ص ٥٠ ـ ٥١.

(٨) الايوبي، «مراجعة كتاب: التضليل الاعلامي لقضية الشرق الاوسط،» ص ١٦١ ـ ١٦٢.

(٩) المصدر نفسه، ص ١٦١ ـ ١٦٣.

مادياً ونفسياً لتغيّر مواقفها او حرمانها من النشر للحيلولة بينها وبين التصريح برأيها، او الى سلبيتها وإيثارها الصمت. وتبدو خطورة هذه الاساليب الصهيونية لأن هذه الصفوة المثقفة هي التي تخلق الرأي السياسي الذي تتلقفه الجماهير الواعية attentive ، فتنميه وتنشره ليصل بعد ذلك الى الجمهور العام(١٠). وبمعنى آخر، ان الممارسات الصهيونية الارهابية تقهر اية محاولة لخلق رأي سياسي، او تكوين رأي عام متعاطف مع العرب.

٦ ـ وما تزال ممارسات العرب القومية والتمزقات القطرية توفر المزيد من عوامل الاحباط للاعلام العربي المشترك في محاولاته التأثير في الرأي العام.

٧ ـ وتزداد الصعوبة التي يواجهها الاعلام العربي (المشترك والقطري) في التعامل مع الرأي العام، من ان عليه ان يواجه قيماً واتجاهات نفسية، وانماطاً ذهنية سيئة ترسبت عن العرب عبر سنوات، ساهمت في تكوينها وسائل الاعلام، والمؤسسات التعليمية، والسياسات والممارسات الغربية، والدعاية الصهيونية(١١).

وعلى الرغم من كل الاعتبارات السابقة، نجح الاعلام العربي المشترك من الناحية النظرية في تحديد الجماهير النوعية التي في مقدورها ان تلعب دوراً مؤثراً في دعم العرب وقضاياهم، بغض النظر فيما اذا كان العرب قد نجحوا فعلاً في الاتصال بهذه الجماهير ام لا. وبغض النظر ايضاً فيما اذا كان اتصال العرب بهذه الجماهير فعالاً ام لا، فذلك له موضع آخر في هذه الدراسة.

وليس من المفيد للاعلام العربي المشترك، ولا في مقدوره ان يتصل مباشرة بالجمهور العام في المناطق التي يمارس فيها انشطته للاعتبارات التي سبق ذكرها؛ وانما المفيد ان يتجه الى المؤسسات والجماعات القادرة على التأثير بصورة مباشرة او غير مباشرة في صنع السياسة او في تشكيل الرأي العام على ان تنتقل المعلومات والتأثير بعد ذلك من هذه المؤسسات والجماعات الى الجماهير الاكبر حتى تغطي تدريجياً الجمهور العام، طبقاً لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، التي يتحفظ عليها البعض ويرون

---

(١٠) David L. Poletz and Robert M. Entman, *Media, Power, Politics: A Timely Provocative Look at How the Media Dictate Public Opinion and Affect Political Power in the United States* (New York: The Press, 1981), p. 186.

(١١) حول هذه النقطة، انظر مثلاً: اياد القزاز، «صورة الوطن العربي في المدارس الثانوية الامريكية،» المستقبل العربي، السنة ٣، العدد ٢٦ (نيسان/ ابريل ١٩٨١)، ص ٢٥ ـ ٢٨؛ تحسين بشير، «الاعلام العربي والرأي العام الامريكي،» السياسة الدولية، السنة ٥، العدد ١٨ (تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٦٩)، ص ١١ ـ ١٢، و Michael Soleiman, «The Arabs and the West: Communication Gap,» in: Palestine Liberation Organization, Research Center, *Essays on the American Public Opinion and the Palestine Problem* (Beirut: The Center, 1969), pp. 16-20.

انهـا صالحـة لنقـل المعلومات الى جماهير صغيرة ومحدودة، وغير صالحة للتأثير في الجماهير العريضة، خاصة عندما يكون الاقناع ضرورياً[١٢].

من ناحية اخـرى، يعد الاتجاه مباشرة الى المؤسسات والجماعات القادرة على التأثير وتكوين الرأي العام امراً ضرورياً بالنسبة للاعلام العربي المشترك؛ لأن جمهور الاعلام الدولي بطبيعته صغير نسبياً، وان كان يضم عدداً كبيراً من الافراد والمؤسسات والجمـاعـات المؤثرة والقادرة على استخدام المعلومات الواردة من الخارج[١٣]. وتشير الدراسات التي اجريت على جمهور الاعلام الدولي انه يعرض نفسه لمصادر المعلومات التي يتعاطف معها او يؤيدها، وان نسبة صغيرة منه تعرض نفسها لمصادر المعلومات التي لا تتعاطف معها و تؤيدها لاسباب مهنية، كرجال الاعلام والسياسة، او لاغراض علمية كاساتذة الجامعات والباحثين[١٤].

ثالثاً: الجماهير العربية للاعلام العربي المشترك

يلاحظ على وثائق الاعلام العربي المشترك انها لم تحدّد جماهير عربية نوعية، على الرغم من الوظائف القومية التي عهد الى الاعلام العربي المشترك ممارستها داخل الـوطن العربي، فإنّ النزعات والمصالح القطرية تولت مهمة ترشيح الوظيفة الاتصالية القومية وتحدد نطاق سريانها داخل السيادة القطرية. ولهذا اكتفت المرتكزات الاعلامية التي سبق تنـاولها بالاشارة الى «الامة العربية» و«الشعب العربي» و«الجماهير العربية» و«الوطن العربي». واكتفت ورقة العمل التي أعدتها الامانة العامة للجامعة العربية عن برامج الاعلام العربي من عام ١٩٧٦ الى عام ١٩٨٠[١٥] بالاشارة الى «الامة العربية» كجمهور لبرامجها الاعلامية الموجهة الى داخل الوطن العربي. كذلك لم تحدد ورقة العمل التي اعدتها الجامعة عام ١٩٧٥ لتطوير الاعلام العربي المشترك جماهير عربية نوعية، على الرغم من انها اكدت ضرورة الاهتمام بالرأي العام العربي قبل الرأي العام الغربي؛ «لأن قيمة اي مشروع اعلامي ترتبط بقيمة مصدره، ولا يمكن ان يكون هناك اعلام فعال ومؤثر من مصدر لا يبدو هو في حد ذاته فعالاً ومؤثراً»[١٦].

---

(١٢) Lawrence Nolte, *Fundamentals of Public Relations: Professional Guidelines, Concepts and Integration* (New York: Pergamon, 1974), p. 324.

(١٣) Davison, *International Political Communication*, p. 53.

(١٤) المصدر نفسه، ص ٥٣ ـ ٥٤.

(١٥) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ورقة عمل عن برامج الاعلام العربي للفترة من عام ١٩٧٦ الى عام ١٩٨٠، للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين،» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦، مواضع متفرقة.

(١٦) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور،» ص ٣.

رابعاً: الجماهير غير العربية للاعلام العربي المشترك

تتسم الجماهير الخارجية للاعلام العربي المشترك باحدى السمات التالية:

- إما انها مؤيدة او متعاطفة اصلاً مع العرب بحكم الانتماء او تشابه التجربة.

- او انها متعاطفة، ولو شكلياً، مع العرب بحكم مصالحها الحيوية في الوطن العربي.

- او جماهير معنية بالشرق الاوسط والصراع العربي ـ الاسرائيلي سياسياً او إعلامياً.

والسمة الاولى توفر ولاءً لقضايا العرب، وان كانت لا توفر تأثيراً قوياً على الرأي العام، ثم في عملية صنع السياسة خاصة في الدول الغربية، لأنها تضم الجماهير الاضعف تأثيراً. اما السمتان الثانية والثالثة، فعلى عكس السمة الاولى: يمكن ان توفر تأثيراً في الرأي العام في عملية صنع السياسة، ولكنها لا تتضمن، الا في حالات محددة، ولاءً وتعاطفاً حقيقياً مع العرب. فإذا سلمنا بهذه المقولة واضفنا اليها الاعتبارات التي تحد من قدرة الاعلام العربي المشترك في معالجة موضوع الرأي العام، اقتضى الانصاف الا نلقي بكل مسؤولية اخفاق الاعلام العربي المشترك في توفير دعم شعبي لقضايا العرب على اجهزته القائمة بالاعلام.

وقد تطورت نظرة العرب الى الجماهير التي ينبغي ان يتجه اليها إعلامهم مع تطور مفهوم ووظائف الاعلام العربي المشترك نفسه. فقد حددت اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام بالجامعة التي صدرت عام ١٩٦٥ فئات عامة كجماهير للاعلام العربي المشترك هي: قادة الرأي العام، واعضاء المجالس النيابية، واساتذة الجامعات(١٧). ثم اتسع نسبياً نطاق هذه الجماهير في خطة التنسيق الاعلامي بين الاقطار العربية والجامعة العربية التي وضعت عام ١٩٧٠ حيث حددت الخطة الجماهير التالية التي يتعين على اجهزة الاعلام القطرية التوجه اليها:

- في الامريكيتين وغرب اوروبا: القيادات الحاكمة ـ القيادات الاعلامية ـ مجموعات دينية وثقافية ـ رجال الاعمال ـ الجاليات العربية.

- في الدول الافريقية: القيادات الحاكمة ـ رجال الاعلام ـ القيادات الدينية ـ مجموعات خاصة (لم تحدد) ـ حركات التحرر في افريقيا ـ التجمعات الاسلامية.

---

(١٧) انظر: «اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي،» في: جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة.

ـ في الدول الاسلامية: قيادات حاكمة ـ فئات خاصة (لم تحدد) ـ رجال الاعلام ـ رجال الاعمال.

ـ في الدول الاشتراكية: قيادات اعلامية ـ فئات خاصة (لم تحدد) ـ التنظيمات السياسية والعمالية.

ـ في مجموعة دول عدم الانحياز: قيادات حاكمة ـ قيادات اعلامية ـ مجموعات دينية وثقافية ـ فئات (لم تحدد)(١٨).

ثم تطورت هذه الجماهير، واصبحت اكثر تحديداً نسبياً في ورقة العمل التي اعدتها الجامعة عبر برامجها الاعلامية للفترة من ١٩٧٦ إلى ١٩٨٠(١٩)، حيث اصبحت كالتالي:

- تنظيمات رسمية (لم تحدد).
- جمعيات الصداقة والتضامن مع الشعوب العربية.
- الغرف التجارية المشتركة مع الاقطار العربية.
- اعضاء المجالس النيابية.
- رجال الاعلام.
- الشخصيات الادبية والفنية المرموقة.

واقترحت «ورقة العمل لتحرك اعلامي عربي متطور» إضافة المؤسسات التعليمية والجاليات العربية في الخارج، وجماعات الضغط في الغرب، وخاصة الزنوج الامريكيين المسلمين والمنظمات التي لها مصلحة في العمل الاعلامي مثل الاوبيك والمؤتمر الاسلامي، الى الجماهير السابقة(٢٠).

ويمثل كل ما سبق تصور مخططي الاعلام العربي على المستويين القومي والقطري للجماهير غير العربية التي يتعين على الاعلام العربي التوجه اليها. ولا تخرج الجماهير التي تتصل بها مكاتب الاعلام العربي فعلاً عن هذه الفئات العامة، التي امكن

---

(١٨) ورد نص هذه الخطة في: محمد علي العويني، الاعلام الدولي بين النظرية والتطبيق (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٨)، ص ١٩١ ـ ٢١٧.

(١٩) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «ورقة عمل عن برامج الاعلام العربي للفترة من عام ١٩٧٦ الى عام ١٩٨٠، للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين،» مواضع متفرقة.

(٢٠) جامعة الدول العربية، الامانة العامة، «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور،» مواضع متفرقة.

للباحث حصرها على النحو التالي من واقع تقارير انشطة الاعلام العربي المشترك(٢١).

١ ـ جماهير الاعلام العربي المشترك في امريكا الشمالية وغرب اوروبا

يعطي الاعلام العربي بمستوييه المشترك والقطري اهتمامه الاول لجماهيره المستهدفة في امريكا الشمالية وغرب اوروبا نتيجة للتعاطف والتأييد التقليديين لدول هاتين المنطقتين مع اسرائيل من ناحية، ولأنهما مركز ثقل الدعاية والنفوذ الصهيوني من ناحية ثانية؛ الى جانب الدور الذي تلعبه هذه الدول في الصراع العربي ـ الاسرائيلي من ناحية ثالثة. ويستهدف الاعلام العربي المشترك الجماهير التالية في هاتين المنطقتين:

أ ـ الدوائر الحكومية.

ب ـ زعماء الاحزاب السياسية، والقيادات السياسية والاقتصادية والعمالية.

ج ـ اعضاء المجالس النيابية، وقيادات الاحزاب السياسية.

د ـ وسائل الاتصال.

هـ ـ الجالية العربية والدارسين العرب، وجمعيات المغتربين العرب(٢٢).

و ـ جمعيات الصداقة مع العرب.

ز ـ الغرف التجارية المشتركة مع العرب.

ح ـ المؤسسات العلمية والتعليمية والجامعات ومراكز الابحاث والجمعيات العلمية المعنية بالشرق الاوسط، او بالشؤون العربية(٢٣).

---

(٢١) Robert T. Bower and Laura M. Sharp, «The Use of Art in International Communication: A Case Study,» *Public Opinion Quarterly*, vol. 20, no. 1 (Spring 1956), pp. 221-228.

(٢٢) عن الجالية العربية في الولايات المتحدة الامريكية، انظر: علي شتيوي الزغل، «نظرة على الجالية العربية ومؤسساتها في الولايات المتحدة الامريكية،» المستقبل العربي، السنة ٥، العدد ٤٥ (تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨٢)، ص ٢٧ ـ ٣٥، و

Ayad al-Qazzaz, *Transnational Links between the Arab Community in the U.S. and the Arab World* (Sacramento, Ca.: California Central Press, 1979).

وتجدر الاشارة الى ان الدعاية الصهيونية حاولت في الستينات التسلل الى اوساط الطلبة والعمال العرب في اوروبا، مما دفع مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الرابع الذي عقد بالقاهرة في شباط/ فبراير ١٩٦٧ الى اصدار توصية بتدعيم مكتب الجامعة في بون على نحو يكفل مناهضة الدعاية الصهيونية والاهتمام بتنظيم الطلبة والعمال العرب.

(٢٣) محمد علي العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ص ٨٩.

ط ـ الهيئات والتنظيمات الدينية.

ي ـ الجماعات والشخصيات البارزة المتعاطفة مع العرب، مثل الشخصيات الادبية والعلمية والفنية والصحفية، واليهودية غير الصهيونية، والامريكيين السود[٢٤].

ك ـ التنظيمات النسائية والتنظيمات المعنية بحقوق الانسان.

ل ـ الاتحادات المهنية والنقابات.

م ـ المؤسسات التي لها مصالح في الوطن العربي.

٢ ـ جماهير الاعلام العربي المشترك في افريقيا

تحتل افريقيا المرتبة الثانية في اهتمام الاعلام العربي للاسباب التالية:

أ ـ مسؤولية جامعة الدول العربية نحو تقوية العلاقات بين الاقطار العربية والدول الافريقية وتطويرها في شتى المجالات في اطار التعاون العربي ـ الافريقي[٢٥].

ب ـ الدور المؤيد الذي لعبته الدول الافريقية في تأييد العرب في الصراع العربي ـ الاسرائيلي، خاصة في اعقاب حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، والتأييد المستمر الذي تعطيه في الامم المتحدة، وفي حركة عدم الانحياز وفي منظمة الوحدة الافريقية، وارتباط ذلك باتجاه الاقطار العربية لدعم تعاونها مع الدول الافريقية.

ج ـ معاودة النفوذ الاسرائيلي تغلغله في القارة.

د ـ تشابه الظروف والمشكلات التي يعاني منها العرب والافارقة.

ويرى د. محمد العويني ان الاعلام العربي المشترك يستهدف في افريقيا الجماعات السياسية المؤثرة في نظم الحكم المختلفة كالاحزاب السياسية وجماعات الضغط واعضاء المجالس النيابية[٢٦]، في حين تشير تقارير انشطة مكاتب الجامعة الاعلامية في افريقيا ان الانشطة الاعلامية العربية تستهدف الجماهير التالية:

ـ وسائل الاعلام.

ـ جمعيات الصداقة والتضامن مع الشعوب العربية.

ـ الهيئات العلمية والثقافية.

---

(٢٤) انيس القاسم، «مشروع للاعلام العربي في الولايات المتحدة،» شؤون عربية، العدد ٤ (حزيران/ يونيو ١٩٨١)، ص ٣٠٤ ـ ٣٠٥.

(٢٥) محمد علي العويني، الاعلام العربي في افريقيا (القاهرة: دار الموقف العربي، ١٩٧٩)، ص ٨.

(٢٦) المصدر نفسه، ص ٣٨ ـ ٣٩.

- الجاليات العربية و«التجمعات الاسلامية».
- الهيئات البرلمانية.
- المؤسسات الشبابية.

٣ - جماهير الاعلام العربي المشترك في امريكا اللاتينية

ثم تأتي دول امريكا اللاتينية في المرتبة الثالثة لوجود جاليات عربية كبيرة فيها في مقدورها ان تلعب دوراً في التأثير وفي نقل المعلومات، وفي خدمة قضايا العرب بصفة عامة، ولأن من بين دولها عدداً من دول عدم الانحياز. وتشير تقارير انشطة مكاتب الاعلام العربي انها تركز على الجماهير ذاتها التي تركز عليها مكاتب الاعلام العربي في امريكا الشمالية وغرب اوروبا[٢٧].

٤ - جماهير الاعلام العربي المشترك في آسيا

وتستهدف الانشطة الاعلامية لمكتبي الاعلام العربي في نيودلهي وطوكيو الجماهير التالية:

أ - الدوائر الحكومية.
ب - وسائل الاعلام الوطنية.
ج - جمعيات الصداقة والتضامن مع الشعوب العربية.
د - الغرف التجارية المشتركة.
هـ - الهيئات العلمية والثقافية.
و- المؤسسات التي لها مصالح في الوطن العربي.

---

(٢٧) وتجدر الاشارة الى ان الدوائر والدعاية الصهيونية نجحت في الستينات في التأثير على بعض عناصر المغتربين العرب في امريكا اللاتينية، مما دفع مجلس الجامعة الى اتخاذ مجموعة من المبادرات المضادة من بينها «الاتصال بالمغتربين العرب الذين يجرفهم تيار التأثير الاسرائيلي، ومحاولة اقناعهم وتبصيرهم بخطورة مسلكهم، واتخاذ الاجراءات الرادعة حيال من يستمر في التعاون مع الصهيونية، ومن بينها سحب الجنسية العربية، ومنع دخوله البلاد العربية». انظر: جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢٢٥٢/ د - ٤٦/ جـ ٢)، القاهرة، ايلول/ سبتمبر ١٩٦٦، بشأن محاولات اسرائيل التقرب من المقيمين العرب في دول امريكا اللاتينية، بند رقم (٧).

الفصل السابع

تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك

يواجهنا عند تقويم فعالية برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك نوعان من الصعوبات؛ يتعلق الاول بطبيعة الاعلام بصفة عامة ودوره في العلاقات الدولية، وطبيعة وحدود الاعلام العربي المشترك والمتغيرات والمحددات التي تحكمه. ويتعلق الثاني بالاخطاء التي تقع في عملية التقويم ذاتها.

فإذا كان من الممكن التنبؤ بتأثير الرسائل الاعلامية على الافراد، فليس من الممكن التنبؤ بتأثيرها على الجمهور(١)، إلا من خلال بحوث الاعلام المعقدة التي تتجاوز قدرات اجهزة الاعلام العربي المشترك. وحتى لو استطاعت هذه الاجهزة رصد مدى التأثير الذي طرأ على جماهيرها، فإنه لا يمكن إرجاع فضل إحداث هذا التأثير الى انشطتها؛ لأنها ليست المتغير الوحيد في عملية التأثير. فإذا كان الاعلام العربي قد اكتسب ثقة الرأي العام العربي والدولي الى حد كبير في حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، فإنه لا ينبغي ان ينسب لنفسه اكثر مما يستحق من نجاحات، «وان يتخذ من انتصارات حققها غيره قناعاً لتغطية الكثير من عيوبه وعثراته»(٢). والاسلوب العلمي لتقويم برامج الاعلام العربي المشترك وانشطته هو تقويم هذه البرامج والانشطة بمعزل عن المتغيرات الاخرى التي تمارس في ظلها هذه البرامج والانشطة لمعرفة مدى فعاليتها وحدها، وهو امر يزيد في حد ذاته من صعوبة وتعقد دراسة فعالية برامج وانشطة الاعلام العربي بمستوييه المشترك والقطري.

---

(١) جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، ط ٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٨)، ص ١٩٣ - ١٩٧.

(٢) نزيه نصيف الايوبي، «المعوقات الداخلية للاعلام العربي الخارجي،» السياسة الدولية، السنة ١٣، العدد ٤٧ (كانون الثاني/ يناير ١٩٧٧)، ص ٧٦.

وعلاوة على ذلك، ففي تقديرنا ان ما يصدق على العلاقات العامة يصدق ايضاً على الاعلام العربي المشترك من حيث سعيه الى تحقيق اهداف بعيدة المدى تعتمد على التأثير المتراكم للبرامج والانشطة المنفذة، بالاضافة الى الاهداف القصيرة والمتوسطة. ومن العسير ادراك النتائج بعيدة المدى الا بعد فترة زمنية طويلة، وعلى الرغم من ان بلوغ الاهداف العاجلة يساعد بلا شك على احداث آثار تراكمية تدعم البرامج والانشطة ذات الاهداف الآجلة(٣).

ويرتبط بالصعوبات السابقة وقوع اخطاء في عملية التقويم ذاتها، عندما يحاول القائمون بالاتصال التوصل الى نتائج محددة للدلالة على نجاحهم. واول هذه الاخطاء الاعتقـاد بأن كبـر حجم المـواد الاعـلامية المنشـورة او المذاعة يعني نجاح برامجهم وانشطتهم الاعلامية، فالاهم من ذلك هو مضمون ما نشر، واهميته، والقدرة التأثيرية لوسائل الاعلام التي نشرته او أذاعته، وعدد المستقبلين فعلاً، وطبيعتهم وقوة تأثيرهم في المجتمع، وتأثير المضمون المنشور على الجمهور. وثانيها الاعتقاد بأن عدد القراء او المشاهدين او المستمعين دليل على نجاح البرامج والانشطة، فالاهم من ذلك هو النتائج التي تحققت من تعرض هذا العدد للرسالة الاعلامية. وثالثها اعتبار الناتج الاعلامي دليلاً على كفاءة الانشطة الاعلامية، والنظر الى تعليقات وسائل الاعلام المؤيدة او المتعاطفة مع العرب على انها دليل على نجاح وفعالية البرامج والانشطة الاعلامية؛ فهذه التعليقات لا تعبـر بالضرورة عن اتجاهات الرأي العام. وآخر هذه الاخطاء هو المبالغة في قيمة الشواهد الايجابية التي تدل على استجابة الجمهور والتهوين من قيمة الشواهد السلبية(٤).

اولاً: مفهـوم وطبيعـة تقويـم البرامـج والانشطة للاعلام العربي المشترك

لم يرد في وثائق الاعلام العربي المشترك ما يحدد بصورة مباشرة او غير مباشرة مفهوم وطبيعة واهداف عملية تقويم برامجه وانشطته. بيد ان المادة العلمية التي بين ايدينا تدل على ان عملية التقويم هذه لا تتجاوز التعرف على البرامج والانشطة التي نفذت، وتبرير الاموال التي انفقت عليها؛ فمعظم الخطط والبرامج الموضوعة لا ينفذ منها الا القليل.

---

(٣) علي ابراهيم عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨)، ص ١٧٣.

(٤) Lawrence Nolte, *Fundamentals of Public Relations: Professional Guidelines, Concepts and Integration* (New York: Pergamon, 1974), pp. 337-339.

ولا يمكن أن يسري مفهوم وطبيعة التقويم الذي تستخدمه الامم المتحدة الذي يقيس الاثر الاعلامي في ضوء استخدام الناتج الاعلامي على الاعلام العربي المشترك؛ لاختلافه شكلاً وموضوعاً عن الاعلام العام للامم المتحدة؛ ولأن عملية تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك لا تستهدف في الحقيقة قياس اثر Impact هذه البرامج والانشطة، سواء بالنسبة لمفهوم الاثر كمرادف لاستخدام الناتج الاعلامي؛ لأن العرب لا يسعون الى معرفة المدى الذي تستخدم به وسائل الاعلام في الدول المستهدفة ناتجهم الاعلامي، او بالنسبة لمفهوم الاثر كمرادف للتأثير الذي احدثته هذه الانشطة على الجماهير المستهدفة، ومدى بلوغها لأهداف الوظيفة الاعلامية ذاتها.

وقد اعترفت الادارة العامة للاعلام عام ١٩٧٥ أنه «في صدد قياس ردود الفعل لنشاط مكاتب الجامعة في الخارج، فإنه يتعذر على هذه المكاتب ان تقيس مدى تأثيرها في الرأي العام في مناطق عملها، فلعل العنصر البشري الذي لا بد من ان يتفرغ لهذه المهمة الصعبة لا يمكن ان يتم مع العدد الضئيل من موظفي هذه المكاتب بالاضافة الى قلة الاعتمادات المتاحة للمكاتب للقيام بالحد الادنى المطلوب من النشاط الاعلامي، ناهيك عن تخصيص اعتمادات لقياس هذا التأثير». واقترحت الادارة العامة على اللجنة الدائمة للاعلام التوصية باعتماد مبالغ كافية للقيام بهذه العملية من خلال المؤسسات المتخصصة في قياس الرأي العام(٥). وعلاوة على ذلك، فإن الادارة العامة للاعلام على الرغم من ان من وظائفها قياس الرأي العام، فإنها في الحقيقة لا تملك التفويض القانوني الذي يخولها إجراء مثل هذه البحوث داخل الوطن العربي، ولا تستطيع الى جانب ذلك بحكم كونها منظمة دولية اقليمية ان تقيس رد فعل برامجها وانشطتها الاعلامية في الدول الاجنبية في ضوء الاعتبارات السياسية والعملية.

ثانياً: اسلوب تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك

يتبع في تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك اسلوب التقويم المرحلي الذي عادة ما يستخدم لتقويم البرامج والانشطة الاعلامية التي تستغرق فترات زمنية طويلة، وتتخللها بعض الوقفات المرحلية التي تحتمها طبيعة الظروف المحيطة بالتنفيذ،

---

(٥) جامعة الدول العربية، الادارة العامة للاعلام، «مذكرة بشأن تقويم نشاط مكاتب الجامعة في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي الثامن والعشرين،» القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٥. وقد ورد النص الكامل لهذه المذكرة في: محمد علي العويني، الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩)، ملحق رقم (١)، ص ٣٠٥-٣١٤.

حيث تستغل هذه الوقفات لتقويم كل مرحلة اولاً بأول للتعرف على مواطن القصور في المرحلة السابقة وتلافيها في المراحل التالية. وبديهي، لا يقتصر التقويم المرحلي على برنامج او نشاط بعينه، وانما يمتد الى الخطة بأكملها، حيث يتم تقويم كل مراحل الخطة بصفة دورية للتعرف على ما تحقق من اهدافها، ومتابعة ما لم يتحقق، وتحديد معوقات التنفيذ(٦).

وقد نصت اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي على ان يقوم كل مكتب بإجراء قياس دوري لنتائج جهوده الاعلامية في منطقة نشاطه، وان يعد تقارير شهرية عن اوجه نشاطه، وان تقوم الادارة العامة للاعلام ـ بقرار من الامين العام ـ باجراء تفتيش اعلامي واداري وفني ومالي على اعمال المكاتب في الخارج بصورة منتظمة او فجائية حسب ما تقضي به المصلحة؛ على ان يشترك في لجان التفتيش احد كبار موظفي الادارة المالية بالامانة العامة، وعلى ان تقدم هذه اللجان إثر كل زيارة تقريراً مفصلاً عن سير العمل في جوانبه المختلفة الى الامين العام(٧).

وبناء على ذلك، يتم تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك على النحو الآتي:

١ ـ تقوم المكاتب الاعلامية باجراء «قياس دوري لنتائج جهودها الاعلامية» في مناطق نشاطها، ولا ينبغي ان يفهم من ذلك ان هذه المكاتب تقوم بقياس اثر Impact انشطتها الاعـلامية، اذ لا يتجاوز الامر تقديم تقويم ذاتي لما تم إنجازه، ومعوقات التنفيذ كما سيتضح فيما بعد.

٢ ـ وتقـوم المكـاتب ايضـاً باعـداد تقـارير شهـرية عن اوجـه نشاطها في الميادين المنصـوص عليهـا في اللائحة التنظيمية التي حددت وظائف المكاتب. وتقوم الادارة العـامـة للاعـلام بعد ذلك باعداد تقارير نصف سنوية عن برامجها وانشطتها، وبرامج وانشطة مكاتبها ترفعها الى اللجنة الدائمة للاعلام.

٣ ـ ثم تقوم اللجنة الدائمة للاعلام بدراسة هذه التقارير، ورفعها الى مجلس وزراء الاعلام العرب الذي يدرسها ويحيلها الى مجلس الجامعة.

٤ ـ والى جانب ما سبق تقوم الادارة العامة للاعلام بإعداد تقرير دوري عن نشاطها ترفعه الى الامين العام.

---

(٦) عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ص ١٧٧ ـ ١٨٠.

(٧) «اللائحة التنظيمية لجهاز الاعلام العربي،» في: جامعة الدول العربية، مجلس الجامعة، قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ جـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة، مادة رقم (٢/ ٣).

٥ ـ اما «التفتيش الاعلامي والاداري والفني والمالي» فغالباً ما يركز على النواحي المالية والادارية[٨].

والى جانب اسلوب التقويم المرحلي، تقوم الادارة العامة للاعلام باعداد تقارير عن تقويم برامجها وانشطتها الاعلامية بناء على صدور تكليف من احد اجهزة تخطيط الاعلام العربي المشترك.

ثالثاً: مجالات تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك

يلاحظ على تقارير تقويم برامج وانشطة مكاتب الاعلام العربي انها تعطي بيانات عامة وغير دقيقة عن برامجها وانشطتها، وانها في احيان كثيرة توفر بيانات ناقصة، فقد لا تشير الى مضمون الرسالة الاعلامية او الى الجمهور المستهدف، واحياناً تغفل الهدف من البرنامج او النشاط، او مناسبته.

وعموماً لا يوجد شكل محدد او نمطي لمضمون وشكل هذه التقارير، ولا يوجد التزام جدي من جانب هذه المكاتب بموافاة الادارة العامة للاعلام بها في مواعيدها. وبعض هذه التقارير لا تساعد على تقويم برامج وانشطة المكتب الذي يرسلها[٩].

وطبقاً لهذه التقارير يتضمن تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك ما يلي:

١ ـ انشطة واجتماعات رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية في المناطق التي تعمل فيها المكاتب لتخطيط وتنسيق البرامج والانشطة الاعلامية المشتركة والقطرية.

٢ ـ انشطة الادارة العامة للاعلام في مجال توثيق علاقاتها الاعلامية مع الاجهزة الاعلامية القطرية والاجنبية.

٣ ـ انشطة الاعلام العربي المشترك مصنفة حسب وسائل الاعلام المستخدمة، مع التركيز على الانشطة التي تدعم الموقف العربي في الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

٤ ـ انشطة مكاتب الاعلام العربي كل على حدة.

ولتقديم صورة كاملة عن مدى قصور عملية تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك، نورد فيما يلي نموذجاً لهذه التقارير، وقد تم اعداده بناء على طلب مجلس

---

(٨) مقابلة مع الاستاذ سليم اليافي.

(٩) جامعة الدول العربية، الادارة العامة، «مذكرة بشأن تقييم نشاط مكاتب الجامعة في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي الثامن والعشرين».

وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الحادي عشر في شباط/ فبراير ١٩٧٥ . وقد بنت الادارة العامة للاعلام تقريرها على التقارير التالية:

- تقرير عن النشاط الشهري متضمناً عرضاً مفصلاً لكل نواحي النشاط مع ابراز دور كل موظف في المكتب ومدى ما قام به من جهود مقروناً بتوضيح العائد والمردود الاعلامي اللذين تحققا نتيجة لهذه الانشطة.

- تقرير عن النشاط خلال ستة اشهر تنتهي في الاسبوع الثاني من شهر ايار/ مايو ١٩٧٥ .

- التقارير الخاصة باتجاهات الرأي العام واتجاهات الرأي المضاد والنشاط المعادي.

وقد اكد التقرير ما سبق بيانه، من ان هدف ومفهوم عملية التقويم لا يتجاوز التعرف على الانشطة التي نفذت، وتبرير الاموال التي انفقت عليها، كما اكد ان هذه العملية لا تقوم على اسس علمية، فالتقرير عبارة عن «محاولة من جانب الادارة العامة للاعلام لتقديم تصورها عن عمل المكاتب والعاملين فيها، استناداً الى ما وافتنا به المكاتب من تقارير نشاطها»، واعتماداً على العناصر التالية:

- ابراز الانشطة الاعلامية لكل مكتب، ودور القائمين بها.

- ردود الفعل تجاه هذه الانشطة في المجالات التي تتجه اليها.

- مقارنة انشطة المكاتب ببعضها البعض.

- توضيح نوعية العلاقة بين الادارة المركزية والمكاتب الاعلامية.

ثم اورد التقرير بالنسبة للعنصر الاول عبارات انشائية تمثل انطباعاً او حكماً شخصياً على البرامج والانشطة لا يستند او يقوم على اي اساس علمي، فضلاً عن انه غرق في الاخطاء الشائعة في عملية التقويم. فعلى سبيل المثال، اورد التقرير ما يلي:

مكتب لندن: «حصيلة عمل المكتب في مجالات الاذاعة والتليفزيون وفي مجالات المحاضرات ممتازة».

مكتب جنيف: «الوسيلة التي يتبعها في دفع الهيئات واللجان المؤيدة للتصدي للدعايات الصهيونية تعتبر وسيلة ناجحة في مجتمع كالمجتمع السويسري».

مكتب بروكسل: «نجح المكتب في خلق تجمعات سياسية بلجيكية، ولا سيما على الصعيد البرلماني لتأييد القضايا العربية، وهو ما يستوجب التقدير والتشجيع».

مكتب مدريد: «حصيلة عمل المكتب في مجال المطبوعات تدل على الاحاطة بقضايا الساعة

كافة التي تهم القارىء الاسباني».

مكتب بيونس ايرس: «إنتاج المكتب في مجال المطبوعات مؤثر جداً، ويغطي كل الموضوعات المتعلقة بالقضايا العربية».

مكتب نيودلهي: «صلات المكتب بالتليفزيون الهندي متينة وأتت بنتائج باهرة».

واكد التقرير كذلك عجز الادارة العامة للاعلام عن قياس أثر برامجها وأنشطتها الاعلامية بسبب «قلة موظفيها»، واقترح على اللجنة الدائمة للاعلام العربي التوصية باعتماد مبالغ كافية للقيام بهذه العملية، «بواسطة المؤسسات المتخصصة في هذا العمل».

وليس أدل على عشوائية تقويم برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك مما ذكره التقرير في معرض معالجة العلاقة بين الادارة العامة للاعلام ومكاتبها الاعلامية عندما قرر ان هذه العلاقة عضوية يحكمها «الاخلاص والتفاني في سبيل العمل»، ثم أشار في اعقاب ذلك مباشرة الى ان «استجابة المكاتب لتوجيهات الادارة المركزية متفاوتة، والدليل على ذلك ان هناك مكاتب لم تستجب لطلب تقرير النشاط بالرغم من تكرار طلبها، وهي المكاتب التي لم يوجد نشاط لها، والمكاتب التي بعثت بتقاريرها او سلمتها متأخرة، وبعضها بعث بتقارير لا تساعد على الحكم على عملها حكماً دقيقاً، بل لعل هذه التقارير تعكس قصوراً في العمل»(١٠).

رابعاً: فعالية الاعلام العربي المشترك في الولايات المتحدة الامريكية

سبق القول بأن جهاز الاعلام العربي المشترك لا يملك التفويض ولا القدرات المالية والبشرية التي تمكنه من اجراء بحوث الرأي العام التي تمكنه من الوقوف على الاثر الذي احدثته برامجه وانشطته الاعلامية على الجمهور المستهدف، وان الاعتبارات السياسية تحول في كثير من الاحيان دون ذلك. بيد انه من الصعب تقويم فعالية هذه البرامج والانشطة على هذا الاساس حتى ولو توافر التفويض وتهيأت القدرات المالية والبشرية وسمحت الاعتبارات السياسية لاستحالة عزل الاعلام العربي المشترك كمتغير في اتجاهات وآراء الرأي العام تجاه العرب عن بقية المتغيرات التي تؤثر في هذه الاتجاهات والآراء، اللهم الا اذا استخدمنا أساليب البحث العلمي التجريبية. وفي هذه الحالة يُخشى ايضاً من عدم الوصول الى نتائج دقيقة قابلة للتعميم تفيد عملية تقويم

---

(١٠) المصدر نفسه.

برامج وانشطة الاعلام العربي في حد ذاته.

وعلى هذا، لا يوجد امامنا الا تقويم فعالية هذه البرامج والانشطة في ضوء قدرة جهاز الاعلام على الاتصال بجمهوره، ورأي الجمهور في الجهاز وفي ناتجه الاعلامي ومضمونه، بغض النظر عما اذا كان هذا الجمهور قد غيّر او دعم اتجاهاته السابقة تجاه العرب وقضاياهم. وفي هذا الصدد توفرت لنا دراستان عن برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك في الولايات المتحدة الامريكية. الدراسة الاولى اجرتها شركة Atwater Bradley لحساب جامعة الدول العربية قبيل وفي اعقاب حرب عام ١٩٦٧ لقياس فعالية العمليات الاتصالية للجامعة في الولايات المتحدة الامريكية. والثانية الدراسة التي اجراها د. عبد الرحمن الزامل ضمن رسالته لنيل درجة الدكتوراه في العلاقات الدولية من جامعة ساوث كاليفورنيا عام ١٩٧٢. ولم تتوفر لنا دراسات تتناول فعالية هذه البرامج والانشطة بعد حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣ وحتى الآن. وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلت اليها هاتان الدراستان.

١ ـ دراسة شركة Atwater Bradley

تضمنت الدراسة استبياناً ارسل بالبريد الى عينة مختارة تضم ٢٢٥ من الصحفيين وكتّاب الاعمدة والمعلقين السياسيين ومراسلي الصحف في واشنطن وكتّاب الافتتاحيات. وبعد عدة ايام ارسل الاستبيان نفسه الى ٥٠٠ شخص اختيروا عشوائياً من بين الاشخاص المدرجة اسماؤهم في قوائم التوزيع البريدية لمجلتي «العالم العربي Arab World» ومجلة «انباء وآراء Arab News and Views» اللتين يصدرهما مكتب إعلام الجامعة في واشنطن. وقد بلغ مجموع الردود على الاستبيان ١٨٦ رداً، منها ٥٢ رداً من الصحفيين والكتّاب و١٣٤ رداً من الذين اختيروا عشوائياً من قوائم التوزيع البريدية، وبهذا بلغت نسبة الذين استجابوا اكثر من ٢٥ بالمائة من مجموع الذين ارسل اليهم الاستبيان. وقد تضمنت الدراسة نسباً مئوية قليلة، لأن عدداً قليلاً فقط من اصحاب الردود قد اجابوا عن كل الاسئلة. وقد اظهرت النتائج مؤشرات ايجابية فيما يتعلق بالاهتمام المتبادل بين مكاتب الجامعة وجماهيرها في الولايات المتحدة، ومدى اشباع المكاتب لاحتياجات جماهيرها الاعلامية، ومدى اقبال الجمهور على مطبوعات المكاتب. فقد ذكر ٥٢,٢ بالمائة من اصحاب الردود انهم مهتمون بأنشطة مكاتب الاعلام، وذكر ٧٧ شخصاً انهم يعرفون برنامج مكاتب الاعلام، وذكر ٥٢ شخصاً انهم بادروا بالاتصال بالمركز، في حين ذكر ٤٨ شخصاً ان المركز هو الذي بادر بالاتصال بهم. كما ذكر ٣١ شخصاً انهم يجدون المكاتب الاعلامية متعاونة جداً معهم في الاستجابة لاحتياجاتهم الاعلامية. و٣٤ شخصاً انهم يجدونها متعاونة الى حد ما، في حين ذكر ٩ فقط انهم

يجدونها غير متعاونة على الاطلاق[11]. وقال ١٠٤ اشخاص انهم اطلعوا على مجلة «العالم العربي» في حين اجاب خمسة اشخاص فقط بالنفي.

كما أظهرت الدراسة نتائج ايجابية فيما يتعلق بتحرير وشكل مطبوعات المكاتب، لكنها اظهرت مؤشرات سلبية فيما يتعلق بمدى اشباع مضمون المطبوعات لاهتمامات الجمهور، ومدى ثقته في دقة وحيْدة مضمون الرسالة الاعلامية، وهو ما يتضح من الجدول رقم (٣) الذي يتضمن اجابات عن سؤال يقول: «اي اربع او خمس كلمات او عبارات تعتقد انها تصف مجلة العالم العربي».

جدول رقم (٣)

مشوقة	٨٠	مملة	٣٠
من الصعب قراءتها	٥	من السهل قراءتها	٤١
مكتوبة بطريقة جيدة	٥٣	مكتوبة بطريقة رديئة	٣
غير متميزة	٣٤	متميزة	٤١
تقدم موضوعاتها بطريقة جيدة	٣٥	تقدم موضوعاتها بطريقة رديئة	٤
تعالج موضوعات كثيرة الى حد بعيد	٢٠	واسعة في مجالها الى حد كبير	صفر
لا تتضمن اخباراً سياسية كافية	١٧	تتضمن اخباراً سياسية كافية	٤
لا تتضمن اخباراً اقتصادية كافية	١٤	تتضمن اخباراً اقتصادية كافية	٣

المصدر: احتسبت من: Atawater Bradley Company, «Directional Study: Arab Information Center,» Memo. (New York, 1967), p. 48.

٢ ـ دراسة د. عبد الرحمن الزامل

أجرى د. الزامل دراسته على الاشخاص المدرجة اسماؤهم في قوائم التوزيع البريدية لمطبوعات مكتب إعلام جامعة الدول العربية في واشنطن والبالغ عددهم ١٣٤١ شخصاً عند اجراء الاستبيان في آذار/ مارس ونيسان/ ابريل ١٩٧٢. وقد أجاب عن الاسئلة الواردة في الاستبيان ٦٤٠ شخصاً، ذكر ٤٠ منهم انهم لا يعرفون الكثير عن مطبوعات المكتب، فتم استبعادهم نظراً لاهتمام دراسة الزامل بأولئك الذين يطلعون على مطبوعات المكتب ونشاطه الاعلامي. وعلى هذا، بنيت الدراسة على تحليل اجابات ٦٠٠ شخص يشكلون ما نسبته ٤٤,٨ بالمائة من مجموع الذين ارسل الاستبيان اليهم بالبريد. وقد اتضح من تحليل البيانات الواردة في الاستبيان ان ٤٠٠ منهم، اي ما نسبته

(١١) Atawater Bradley Company, «Directional Study: Arab Information Center,» Memo. (New York, 1967), pp. 31-34.

٦٦,٦ بالمـائة من العرب الامريكيين او الامريكيين المتحدرين من اصل عربي، وان ٢٠٠ منهم اي ما نسبته ٣٣,٣ بالمائة من الامريكيين. وقد دعم هذا التحليل الفرض الذي وضعه الزامل بأن اكثرية الذين يتلقون المواد الاعلامية للمكتب هم من المتعاطفين مسبقاً مع الوطن العربي وقضاياه(١٢). ومن ثم يتعين النظر الى كل النتائج التي توصل اليها الزامل على هذا الاساس.

وقد أظهرت النتائج ان المكتب كان ايجابياً في سعيه للوصول الى جماهيره، حيث ذكـر ٤٢,٧ بالمائة من اصحاب الردود انهم تعرفوا على مطبوعات المكتب عن طريق صديق، وذكر ١٧,٨ بالمائة انهم تعرفوا عليها من خلال المجموعات العربية وذكر ١٦,٥ بالمائة انهم تعرفوا عليها بمبادرات شخصية من جانبهم، في حين ذكر ١٠ بالمائة انهم تعرفوا عليها بطرق اخرى(١٣).

ودلت النتائج على نجاح مطبوعات المكتب في إثارة اهتمام جماهيره، حيث ذكر ٤٢,٧ بالمائة انهم يقرأونها كثيراً، و٢١ بالمائة انهم يقرأونها بشكل متقطع، في حين ذكر ٥ بالمائة فقط انهم نادراً ما يقرأون مطبوعات المكتب(١٤). وبغض النظر عن الغرض التي تستخدم فيه المواد الاعلامية التي ينتجها المكتب، اشارت اكثر الردود الى ان مطبوعات مكتب الاعلام بصفة عامة اما انها مفيدة (٥٢,٥ بالمائة)، او انها متوسطة الفائدة (٤١,٨ بالمائة)، بينما صرحت نسبة مئوية ضئيلة لا تتجاوز ٥,٧ بالمائة بأنها عديمة الفائدة(١٥).

ولقياس رأي الجمهور في الموضوعات التي تتناولها الرسالة الاعلامية للمكتب، ومدى مراعاتها لاهتمامات الجمهور، تضمن الاستبيان السؤالين التاليين:

أ ـ بالنسبـة لمحتويات المطبوعات، ما هي قضايا العالم العربي التي ترى انها تكون محور التركيز؟

ب ـ ما هي الموضوعات التي ترغب في ان تتناولها هذه المطبوعات؟

واقترح الاستبيان للسؤال الاول ست اجابات ليختار الشخص المسؤول واحدة او اكثر منها، وهي:

(١) السياسات المحلية.

---

(١٢) عبد الرحمن الزامل، ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول (بيروت: الدار المتحدة للنشر، ١٩٧٤)، ص ١٨١ ـ ١٨٣.
(١٣) المصدر نفسه، ص ١٩٣ ـ ١٩٤.
(١٤) المصدر نفسه، ص ١٩٥ ـ ١٩٧.
(١٥) المصدر نفسه، ص ٢٠١ ـ ٢٠٢.

(٢) الصراع العربي ـ الاسرائيلي.

(٣) علاقات العرب مع الدول الاخرى.

(٤) قضايا التنمية (الاقتصادية والاجتماعية).

(٥) تاريخ العرب.

(٦) الفنون الجميلة والآداب.

اما السؤال الثاني، فترك للاشخاص المسؤولين حرية اختيار الموضوعات التي يريدونها.

وقد ذكر ٩٠ بالمائة من اصحاب الاجابات ان مطبوعات المكتب تركز على الصراع العربي ـ الاسرائيلي، اما الموضوعات الاخرى المقترحة فلم ينل اي منها اكثر من ٥٢,٢ بالمائة، وهذا يتنافى بشدة مع الموضوعات التي اعرب اصحاب الردود عن رغبتهم في ان تحتويها مطبوعات المكتب. فقد حبذ ٣٩,٥ بالمائة منهم موضوعات لها صلة بالتنمية، وحبذ ٢١,٨ بالمائة الفنون والآداب، بينما اختار ١٩,٥ بالمائة التاريخ، اما الصراع العربي ـ الاسرائيلي، فقد اعرب ٢١,٥ بالمائة عن رغبتهم في ان تعالج مطبوعات المكتب هذا الموضوع[١٦]. ومعنى ذلك ان الموضوعات التي تعالجها مطبوعات المكتب ليست لها اهمية عامة للجمهور، وان الموضوعات التي تهم الجمهور لا تلقى الاهتمام الكافي من قبل القائمين على المكتب، خاصة بالنسبة لموضوعات التنمية والسياسات العربية القطرية. وقد فسر د. الزامل قلة حماس اصحاب الردود وقلة تحبيذهم معالجة الصراع العربي ـ الاسرائيلي الى ان الاكثرية الساحقة منهم متعاطفة اصلاً مع وجهة النظر العربية، ولذا يفضل الجمهور الاطلاع على الموضوعات الاخرى التي تخص الوطن العربي، وقلّ ما ينشر عنها في الولايات المتحدة كالادب العربي المعاصر، والتنمية[١٧].

اما الصورة الذهنية التي تكونت لدى مستقبلي الرسالة الاعلامية عن الوطن العربي من خلال المكتب، فقد اقترح الاستبيان على الاشخاص المسؤولين اختيار واحدة او اكثر من الاجابات التالية:

أ ـ جامدة

ب ـ نامية.

---

(١٦) المصدر نفسه، ص ٢٠٤ ـ ٢٠٥.

(١٧) المصدر نفسه، ٢١٢ ـ ٢١٤.

ج ـ ناشطة في مجال العلاقات مع الشرق.

د ـ ناشطة في مجال العلاقات مع الغرب.

هـ ـ ناشطة في مجال العلاقات مع العالم الثالث.

و ـ منشغلة بالصراع العربي ـ الاسرائيلي.

وكانت الاجابات على النحو التالي[١٨]:

أ ـ منشغل بالصراع العربي ـ الاسرائيلي	٧٧ بالمائة
ب ـ نامية	٢٧,٥ بالمائة
ج ـ جامدة	١٨,٧ بالمائة
د ـ ناشطة مع العالم الثالث	١٠,٢ بالمائة
هـ ـ ناشطة مع الشرق	٧,٨ بالمائة
و ـ ناشطة مع الغرب	٧,٨ بالمائة

وفيما يتعلق بتقويم الجمهور العام لنشاط المكتب، اظهرت النتائج ان ٦٦,٧ بالمائة من الذين اجابوا، وهم الاكثرية، ليسوا مطلعين على اية انشطة يقوم بها المكتب عدا المطبوعات، في حين ذكر ٣٠,٥ بالمائة انهم مطلعون على الانشطة الاخرى. ولم يجب ٢,٨ بالمائة. ومعنى ذلك ان الاقلية هي المطلعة على كل او معظم انشطة المكتب. ومع ذلك فقد لا يكون لهذه الاقلية اهمية تذكر اذا اخذ في الحسبان ان بعض اصحاب الردود نسبوا خطأً الى مكتب الاعلام العربي انشطة تقوم بها هيئات مناصرة للعرب كمنظمة الطلبة العرب، وجمعيات خريجي الجامعات الامريكية[١٩]. كما اظهر تحليل تعليقات اصحاب الردود وتقويمهم الشخصي لنشاط مكتب الاعلام العربي بوجه عام الى ان ٦٤,٩ بالمائة كان لهم موقف او تقويم سلبي لأنشطة المكتب، وان ١٤,٣ بالمائة فقط كان تقويمهم ايجابياً، اما النسبة الباقية فكان تقويم اصحابها اما محايداً او ان اجاباتهم كانت خالية من اي تقويم[٢٠].

وقد استخلص د. الزامل من دراسته النتائج التالية:

ـ ان غالبية جمهور مكتب الاعلام العربي متعاطف مع الوطن العربي وقضاياه.

ـ ونتيجة لافتقار المكتب الذي يحاول الوصول الى قطاع من المجتمع الامريكي

---

(١٨) المصدر نفسه، جدول رقم (٣٠)، ص ٢١٨

(١٩) المصدر نفسه، ص ٢٢٨.

(٢٠) المصدر نفسه، ص ٢٣٣.

الى اهـداف محددة، والى جماهير محددة، فإنه لا يؤثر الا في القليل من هؤلاء، ولا يرضي الا القليل منهم. وهو بمحاولته تقديم «شيء ما لكل شخص» دون إطار واضح للاهداف السياسية والجمهور المستهدف، فإنه لا يترك اثراً ملموساً على اي مستوى.

ـ تمثل وسائل الاعلام، غير المطبوعات، جزءاً ثانوياً من برنامج مركز الاعلام العربي.

ـ ونظراً لأن جمهور المكتب متعاطف اصلاً مع العرب، فإنه يميل الى انتقاد جهود المكتب نتيجة لفشل المكتب في اشباع احتياجاته الاعلامية(٢١).

---

(٢١) المصدر نفسه، ص ٢٤٩ ـ ٢٥٠.

الفصل الثامن

نتائج الدراسة

قامت هذه الـدراسة على اختبار مدى صحة ستة فروض اساسية تتناول الاعلام العـربي كمشكلة عربية قومية كان الباحث يعتقد صحتها من متابعته ومعايشته للظاهرة موضـوع الدراسة منذ عام ١٩٧٥ . وقد أيدت الدراسة بعض هذه الفروض، ولم تؤيد البعض الآخر مما يتطلب اعادة صياغتها، وذلك على النحو الآتي :

الفــرض الاول

يقول الفرض الاول انه ليس للاعلام العربي المشترك قوة ذاتية يستمد منها فعاليته، ولكنه مجرد متغير تابع للسياسات والممارسات الدولية والعربية على المستويين القومي والقطري، فهو يعكس مكونات وديناميات النظام العربي . ولم تؤيد الدراسة هذا الفرض، مما استدعى اعادة صياغته على النحو الآتي:

«ليس للاعلام العربي المشترك قوة ذاتية يستمد منها فعاليته، وانما يستمد قوته من التأثير المتراكم لتماسك الارادة العربية الموحدة وقوة تحركها قومياً ودولياً لبلوغ الاهداف العربية القومية، وقدرتها على التعامل مع المتغيرات والتفاعلات المؤثرة في تحرك العرب لبلوغ اهدافهم القومية» .

فقـد اوضحت الـدراسة ان الاعلام العربي المشترك قناة ناقلة ومعبرة عن الواقع العـربي بمكـونـاته ومدخلاته القطرية والقومية ومتغيراته المؤثرة فيه والتفاعلات السلبية والايجـابية المستمـرة بين مكـونـاته وتأثير المتغيرات المختلفة عليه، فلا يمكن اعتبار الاعلام العربي المشترك سوى احد مخرجات ومعطيات الواقع العربي .

وبناء على ذلك، وفي ظل التطورات التي مر بها الوطن العربي منذ إنشاء جامعة

الدول العربية، ظل الاعلام العربي المشترك اضعف القوى التي يسعى العرب بها لبلوغ اهدافهم القومية، كنتيجة مباشرة لتفكك الارادة العربية الموحدة، وحالات التفسخ والتشرذم داخل الوطن العربي. فإذا اضيف الى ذلك ما نجم عن تفكك هذه الارادة من كون العرب اضعف القوى السياسية المؤثرة في السياسات الدولية التي تمس الوطن العربي ذاته، وقضاياه المصيرية، اتضح ان الاعلام العربي المشترك هو المرآة التي تعكس الوهن الذي اصاب الارادة العربية الموحدة في تعاملها مع القوى السياسية الدولية، والقوى السياسية المعادية، وفي مسعاها لبلوغ الاهداف القومية.

ولا يمكن بناء على ذلك القول بمسؤولية الاعلام العربي المشترك المباشرة في حل مشكلات العرب القومية لأنه معبّر عن قوى وليس قوة في حد ذاته، بعيدة او منعزلة عن القوى التي تحركه. فباستثناء حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣، وما ارتبط بها من حظر نفطي وظهور العرب كقوة دولية سادسة، وهو اقصى ما وصلت اليه الارادة العربية الموحدة من تماسك وايجابية لم يستطع العرب، او لم يهتموا باستمرار هذه الارادة في تماسكها وايجابيتها، ومن ثم سقطت قضاياهم المصيرية من بين القضايا ذات الاولوية في اهتمام الرأي العام الخارجي، ولم يقدموا اية مواقف ايجابية تدل على ارادة عربية موجدة يمكن ان يستثمرها الاعلام العربي المشترك في مسعاه لتغير الاتجاهات والآراء السلبية السائدة عن العرب في العالم الغربي، او لادخال العرب كعامل محسوب في عمليات تحديد الاختيارات والبدائل.

ومع هذا القصور في اداء العرب القومي والدولي، لا يطالب الاعلام العربي المشترك بأن يفعل ما لم يفعله العرب انفسهم، خاصة اذا اضيف الى ما سبق الاعتبارات التالية:

١ ـ ان قضايا السياسة الدولية، ومنها قضايا العرب المصيرية لا تثير اهتمام جماهير العالم الخارجي؛ لأنها لا تمس حياتها المباشرة.

٢ ـ عدم اهتمام وسائل الاعلام في العالم الخارجي بقضايا العرب، وانحيازها في الصف المعادي لهم.

٣ ـ البيئة المضادة او غير المواتية التي يعمل فيها الاعلام العربي المشترك، بالاضافة الى الارهاب الصهيوني الذي يمارس تجاه المتعاطفين او المؤيدين للعرب، وما ينجم عنه من قهر اية محاولة لخلق رأي سياسي او تكوين رأي عام متعاطف مع العرب.

٤ ـ إن الاعلام العربي المشترك بصدوره عن منظمة دولية اقليمية لا يمكن ضمان فعالية برامجه وانشطته في غياب الارادة العربية الموحدة حتى ولو كفلت له كل معايير الفاعلية من حيث المضمون والتحرير والاخراج.

الفـــرض الثانـــي

وقد أيدت الدراسة الفرض الثاني الذي يعتبر المصالح القطرية المتغير الاساسي الذي يحكم الاعلام العربي المشترك، ويعتبر بقية المتغيرات التي تؤثر في بلوغ العرب أهدافهم القومية متغيرات ثانوية؛ فقد اظهرت الدراسة ان المصالح القطرية هي المحدد الاول والرئيسي للسلوك القطري تجاه الجامعة العربية كتنظيم قومي وتجاه قضايا العرب القومية منذ توقيع ميثاق الجامعة وحتى الآن. وتتضح مظاهر هيمنة المصالح القطرية فيما يلي:

١ ـ جعلت المصـالـح القطرية منذ البداية الهدف الاول للجامعة هو تقوية وتنسيق الانشطة العربية غير السياسية، ومعالجة الامور السياسية عرضاً. ولما كانت قضايا العرب القومية سياسية، فقد ادى ذلك الى تنحية الاعلام العربي المشترك عن معالجة القضايا القومية منذ انشاء الجامعة وحتى انعقاد مؤتمر القمة العربي الاول عام ١٩٦٤.

٢ ـ وامتداداً لذلك، تولت المصالح القطرية تحديد وظائف الاعلام العربي المشترك بما لا يتعارض مع مصالحها على حساب المصالح والاهداف القومية العليا، حيث:

أ ـ حرمت المصـالح القطرية الاعلام العربي المشترك من عام ١٩٤٥ الى عام ١٩٨٠ من الاتصال المباشر بالجماهير العربية لعدة اسباب، منها الخوف من ان يؤدي هذا الاتصال الى تنمية المشاعر والآمال القومية، ومنها الخوف من استغلال اقطار عربية مكاتب الجامعة للتجسس او للتدخل في الشؤون الداخلية لاقطار اخرى. واستخدمت السيادات القطرية كمرشحات لغربلة انشطة الاعلام العربي المشترك.

ب ـ وحصـرت وظيفـة الاعـلام العـربي المشترك لعقدين من الزمن في الدعاية للاقـطار العـربية. ولمـا كانت السـاحـة العـربية خلال هذه الفتـرة مليئـة بالصراعات والتشرذمات القطرية، فقد كان على الاعلام العربي المشترك ان يعبر عن صورة قومية مفتقـدة، وكـانت المحصلة حالـة من الانفصام بين الواقع العربي، واهداف ووظائف الاعلام العربي المشترك.

ج ـ وتـولت المصـالح القطرية تحديد مجال حركة الاعلام العربي المشترك بما يخدم الاهداف القومية، بحرمانه من مد نشاطه الجغرافي ليشمل عدداً كبيراً من دول عدم الانحياز والـدول الاشتـراكية، او بحـرمانه من تطوير برامجه وتوسيع انشطته من خلال التحفظ او رفض تحمل اية اعباء مالية إضافية.

٣ ـ وحرصت المصالح القطرية على تعددية اجهزة رسم السياسات واتخاذ القرارات على مستـوياتهـا المختلفة وازدواجية وظائفها لضمان اهمية المصالح القطرية ومراجعة

عملية رسم السياسة اولاً بأول على مختلف مستوياتها، مما خلق آثاراً سلبية، واضاف معوقات واعباء الى عملية رسم سياسة واتخاذ قرارات الاعلام العربي المشترك.

٤ ـ وامتدت هيمنة المصالح الى العملية الاتصالية لتشمل كل مكوناتها ومراحلها وتؤثر عليها تأثيراً سلبياً على النحو الآتي :

أ ـ تدخلت الاقطار العربية بصورة مباشرة في تحديد وظائف جهاز الاعلام العربي وأثرت سلبياً على قدراته من خلال فرض كفاءات بشرية متواضعة علمياً وعملياً موالية لأقطارها قبل ولائها للاهداف القومية، ومن خلال عدم جديتها او عدم انتظامها في دفع انصبتها في موازنة الجامعة، او تحفظها على اية زيادة في الاعتمادات المالية اللازمة لدعم العمل الاعلامي العربي المشترك.

ب ـ وتدخلت الاقطار العربية بصورة مباشرة في تحديد مضمون رسالة الاعلام العربي المشترك. واذا كان ذلك مطلوباً لوضع اطار عام لمنطلقات الاعلام العربي القومي والقطري، الا ان الحرص على المصالح القطرية حوّل عملية وضع المنطلقات من عملية فنية اساساً الى عملية سياسية، وأدت الخلافات القطرية الى نشوز بعض الرسائل الاعلامية القطرية عن الرسالة الاعلامية القومية.

ج ـ وحرصت المصالح القطرية على اخضاع انشطة الاعلام العربي المشترك في الخارج لرقابة واشراف بعثاتها الدبلوماسية.

د ـ ونتج عن ذلك ارتباط برامج وانشطة الاعلام العربي المشترك في الخارج واعتمادها على المواد الاعلامية القطرية، والمنتجة اصلاً لخدمة مصالح قطرية، وهو ما يعني اعتماد اعلام قومي على مواد اعلام قطري في المضمون والشكل، والهدف، والتوجه.

الفـرض الثالـث

وأثبتت الدراسة صحة الفرض الثالث الذي يقول ان الافتقار الى سياسة عربية خارجية موحدة وإخفاق السياسات والممارسات العربية القطرية ادى في احيان كثيرة الى تحمل الاعلام العربي المشترك ـ باعتباره اكثر مجالات العمل العربي المشترك تأثراً بالسياسات والممارسات القطرية ـ مسؤولية إخفاق العرب في حل مشكلاتهم القومية، وذلك على النحو التالي :

١ ـ جعلت السياسات والممارسات القطرية المعبرة عن مصالح قطرية ضيقة الهدف الاول للجامعة تقوية وتنسيق الانشطة غير السياسية، كما سبق القول، والخوض في

الامور السياسية عرضاً، مما ترتب عليه افتقار العرب الى سياسة عربية موحدة على الاقل حتى هزيمة ١٩٦٧، وهو ما الغى، الى حد ما، الوظيفة السياسية للاعلام العربي المشترك حتى عام ١٩٦٧.

٢ - وفي المرحلة التالية سعت المصالح القطرية الى وضع سياسة عربية موحدة تحت ضغط التحدي الدولي والصهيوني للوجود القومي العربي، ولكنها اكتفت باتخاذ القرارات وإصدار التوصيات داخل اطار الجامعة لتتولى الجامعة، التي لا تملك قوة الالزام ولا قدرة التنفيذ، مباشرة تنفيذ هذه القرارات والتوصيات، وبذلك تكون كل الاقطار العربية قد قالت كلمة الحق تجاه قضايا العرب القومية، وتحملت الجامعة وحدها مسؤولية الانجاز او مسؤولية الاخفاق. وقد تحمل الاعلام العربي المشترك مسؤولية غياب السياسة العربية الخارجية الموحدة، حيث تعين عليه كوظيفة اعلامية قومية ان يعبر عن، او يعكس، وظيفة سياسية قومية غير واضحة او ثابتة، تناقضها الممارسات والسياسات القطرية في احيان كثيرة.

٣ - ويصدر الاعلام العربي المشترك عن بُنى سياسية متعددة قومية وقطرية، لكل منها تفسيراته ومفاهيمه ومنطلقاته التي قد لا تختلف حول الهدف النهائي؛ ولكنها بتعدد تكتيكاتها ومضامينها التي تخدم مصالح قطرية بحتة في بعض الاحيان تطرح امام الرأي العام اعلاماً عربياً مفككاً. فإذا اضيف الى ذلك تركيز الاعلام القطري على الداخل واهماله العالم الخارجي، اتضح لنا ان الاعلام العربي المشترك يتحمل العبء الاكبر في التوجه العربي الى العالم الخارجي. ولما كان الانتقاد والقاء مسؤولية الاخفاق في معالجة القضايا العربية يلقى على العرب ككل وليس على قطر بعينه، فقد تحملت الجامعة العربية وإعلامها مسؤولية الاخفاق في معالجة القضايا القومية.

الفـرض الرابـع

وقد أيدت الدراسة الفرض الرابع بصياغته التي تقول: «انه لما كانت الجامعة العربية تعكس تناقضات وصراعات الطموحات والاهداف القومية مع المصالح القطرية في ظل الصراعات والتداخلات الدولية في الساحة العربية، فقد اصبحت المشكلة الاساسية للاعلام العربي المشترك هي الانفصام الواضح بين طموحات مخطط الاعلام العربي الذي يهدف الى بلوغ الاهداف القومية، وبين القائم العربي بالاتصال الذي تحدّه وتقيده المصالح القطرية، وادى ذلك بالتالي الى عجز الاعلام العربي المشترك، والعمل العربي المشترك ككل عن بلوغ الاهداف القومية. وهذا في حد ذاته السبب المباشر للشعور بخيبة الامل تجاه الجامعة كتنظيم قومي».

فقد حملت الجامعة العربية منذ قيامها تناقض الآمال والافكار والاهداف القومية

مع المصالح القطرية الضيقة داخل منظمة دولية اقليمية التزم اعضاؤها بحرفية نصوص ميثاقها في التعامل مع المتغيرات والتفاعلات الدولية. ولا شك ان الاهداف القومية قد تطورت بتطور الاحداث والتفاعلات المختلفة على الساحتين الدولية والقومية منذ عام ١٩٤٥ حتى الآن، ووصلت الى مرحلة من النضج، واستطاعت ان تجسد نفسها في مواقف واحداث عديدة، بيد ان المصالح القطرية تطورت هي الاخرى واصبحت اكثر حساسية من قوة المد القومي لاعتبارات عديدة سياسية واقتصادية، على المستويات الدولية والقومية والقطرية. واذا كانت الحكومات القطرية قد ابدت استعداداً للتجاوب مع الاهداف والمواقف القومية في المواقف والازمات المصيرية التي واجهت الوطن العربي، فإنها ما زالت على تمسكها بمصالحها القطرية بدليل تجاهلها للوظائف الاساسية للجامعة واحتفاظها بميثاق الجامعة على حاله منذ عام ١٩٤٥ على الرغم من اختلاف عالم اليوم عن عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية، وهو ما ادى الى عجز الجامعة وكل انشطتها التي تمارسها في نطاق العمل العربي المشترك عن بلوغ الاهداف القومية، واصبح ثمة انفصام بين الاهداف القومية التي تجسدها الجامعة، وقدراتها الفعلية ومساعيها لبلوغ هذه الاهداف، وباستثناء حالات محددة، ظهرت الجامعة امام الرأي العام العربي بمظهر الغائب في خضم الاحداث والتفاعلات الحساسة على الساحة العربية.

وان تعاظم الدور الذي يمكن للجامعة ان تقوم به في مختلف الميادين يدل على مدى حاجة العرب اليها. بيد ان اخضاع كل انشطة الجامعة غير السياسية للاعتبارات السياسية التي تحكمها المصالح القطرية يعد عامل الهدم الرئيسي لكل مسعى تقوم به الجامعة لبلوغ الاهداف القومية، ويحولها في كثير من الاحيان الى مجرد جهاز لاصدار قرارات او توصيات على الورق. وهذا اخطر مظاهر الانفصام في الواقع العربي: ان نعهد الى تنظيم قومي ليست له سلطة او قدرة او إرادة مستقلة بتنفيذ قرارات وتوصيات يعلم اصحابها ان تنظيمهم لا يملك القدرة القانونية او العملية لتنفيذها.

واذا كانت طموحات الاهداف القومية قد جعلت الهدف من الاعلام العربي المشترك السعي الى إحداث تغيير ايجابي في الرأي العام العالمي بتصحيح صورة الانسان العربي، وإيضاح الحقائق المتعلقة بقضايا الامة العربية، وفي مقدمتها قضية فلسطين، وإقامة جسر من التفاهم البنّاء بين جميع شعوب العالم في خدمة التعاون الدولي والتضامن العالمي مع امتنا، والتعاطف مع قضايانا مستخدماً في ذلك جميع وسائل الاتصال، ومستعيناً بالرصيد الحضاري للامة العربية، وبمعطيات التقدم ومؤشرات التنمية في الوطن العربي، فإن المصالح القطرية قد هبطت بقدرات القائم العربي بالاتصال الى مرحلة العجز عن السعي او التحرك الايجابي لبلوغ تلك الاهداف القومية. والنتيجة النهائية لكل ذلك هي ازدياد شعور الجماهير العربية بالاحباط وخيبة الامل إزاء

الجامعة وما تمثله من آمال ورموز قومية.

الفــرض الخامــس

اما الفرض الخامس الذي يقول: «تؤدي الصدمات القوية التي يتعرض لها الوطن العربي الى دفع العمل العربي المشترك، والى تطوير الاعلام العربي المشترك، وانه يمكن القول بأنه على الرغم من انغماس الاعلام العربي المشترك في قضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي شبه التام، فإن تطور الاعلام العربي المشترك قد ارتبط بتطور الصراع العربي ـ الاسرائيلي»، فلم تدعم الدراسة صياغة الفرض على هذا النحو، واستدعت المادة صياغته على النحو التالي:

«أدت التطورات الاساسية في الصراع العربي ـ الاسرائيلي، سواء أكانت ايجابية ام سلبية، الى تطوير الاعلام العربي المشترك»، حيث اظهرت الدراسة ما يلي:

١ ـ ادى استغلال اسرائيل للتمزقات القطرية في بداية الستينات لتحويل مجرى نهر الاردن الى انعقاد مؤتمر القمة العربي الاول عام ١٩٦٤ الذي أنتج لنا:

أ ـ إنشاء مجلس وزراء الاعلام العرب.

ب ـ تطوير وظائف الاعلام العربي المشترك وبروز الوظائف القومية لأول مرة.

ج ـ اعادة تنظيم جهاز الاعلام العربي المشترك.

٢ ـ وأدت هزيمة عام ١٩٦٧ الى ما يأتي:

أ ـ تطوير وظائف الاعلام العربي المشترك بما يتناسب مع متطلبات المرحلة ومع ما خلقته النكسة من آثار سلبية على الفكر والوجدان العربي.

ب ـ تطوير السياسة الاعلامية العربية المشتركة.

ج ـ اتجاه العرب الى تطوير القدرات العلمية والعملية لجهاز الاعلام.

د ـ واستجابة للهزيمة، وضع العرب اول مرتكزات إعلامية لرسالة الاعلام العربي المشترك.

٣ ـ وخلقت حرب تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٧٣ قوة دفع للاعلام العربي المشترك على النحو التالي:

أ ـ اتجه العرب الى دعم الاعلام العربي بشرياً من خلال السعي لاختيار قيادات اعلامية صالحة، ومادياً من خلال انعاش صندوق الدعوة العربية.

ب ـ تطوير المرتكزات الاعلامية بما يتفق مع الانتصار الذي حققه العرب، حيث

وضعت لأول مرة مرتكزات اعلامية خاصة بكل قوة سياسية استجابة للادوار المختلفة التي لعبتها القوى السياسية إبان الحرب، واستهدفت دعم هذه الادوار وتطويرها لخدمة الاهداف القومية العربية.

ج ـ ودل تحرك العرب إعلامياً اثناء الحرب وبعدها على ازدياد وعيهم بأهمية الاعلام العربي المشترك ودوره في دعم قضاياهم القومية.

٤ ـ وأدت المصالحة المصرية ـ الاسرائيلية الى تطوير الاعلام العربي المشترك على النحو الآتي:

أ ـ إكساب الاعلام العربي المشترك قوة دفع وحيوية كبيرة تمثلت اساساً في عمق ونضج المهام التي خُولت لجهاز الاعلام، بحيث اصبحت وظائفه اكثر دقة وشمولاً. وارتبطت بوظائف اجهزة الاعلام القطرية، وبالوظائف الاعلامية للمنظمات العربية المتخصصة. خدمةً للاهداف القومية التي اقيمت الجامعة من اجلها.

ب ـ إعادة تنظيم جهاز الاعلام العربي.

ج ـ دعم جهاز الاعلام العربي بشرياً ومادياً.

د ـ اعادة صياغة السياسة الاعلامية العربية المشتركة.

هـ ـ تطوير المرتكزات الاعلامية.

و ـ دعم الانشطة الاعلامية ذاتها والتوسع في استخدام وسائل الاعلام.

الفـرض السـادس

وبناء على كل ما سبق، تؤيد الدراسة صحة الفرض السادس الذي يقول بأن حل مشكلة الاعلام العربي المشترك يكمن اساساً في جدية نظرة العرب الى الجامعة العربية كتنظيم قومي معبر عن وجود قومي عربي، وفي جديتهم في تطوير اهدافها ووظائفها وتعديل ميثاقها، وادراكهم لدور الاعلام الدولي في دعم قضاياهم القومية. فمع بقاء الاوضاع والمتغيرات التي تحدد فعالية الجامعة وانشطتها المشتركة كما هي، تصبح اية محاولة لتطوير الاعلام العربي المشترك وتوجيهه لخدمة مصالح العرب القومية تكراراً لمحاولات عديدة سابقة. فكم من مشروعات اعلامية جادة قدمت ونوقشت ووافقت عليه الاجهزة المعنية. ثم كان مصيرها الاهمال او النسيان، إما لقصور امكانات جهاز الاعلام العربي عن النهوض بها، او لعدم وفاء الاقطار العربية بالتزاماتها المالية، او تحفظها على اية اعتمادات مالية اضافية لمواجهة متطلبات التطوير.

وقد اتضح من خلال الدراسة ان وظائف جهاز الاعلام العربي المشترك وهيكله

التنظيمي وكوادره الاعلامية قد بلغت مرحلة كبيرة من النضج والتطور، وتكمن المشكلة بعد ذلك في العرب ومدى استعدادهم لجعل الجامعة العربية جهازاً قادراً وناجحاً في اداء مهامه القومية.

ومـا دام العرب في سبيل تعديل ميثاق الجامعة، فإنه ينبغي ان تبنى التعديلات المقترحة على الواقع الذي تعيشه الجامعة اليوم وستعيشه غداً، وإن تعطى دفعات قوية للعمـل العـربي المشترك في مجالاته المختلفة التي يعبر عنها وينقلها الاعلام العربي المشتـرك. وينبغي ان تدرك الحكومات العربية انه لا بديل امامها عن الأعلام العربي المشترك الموجه الى الخارج على وجه الخصوص مهما كانت كفاءة وفعالية برامج الاعلام القطري، وانه لا خوف ـ مع النزعات القطرية ـ على سياداتها وشؤونها الداخلية من برامج وانشـطة الاعلام العربي المشترك المتجهة الى الجماهير العربية طالما انها ستنقل من خلال منافذ قطرية كوسائل الاعلام القطرية والمؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية.

المــراجع

١ ـ العربيــة

كتــب

التهامي، مختار. **الرأي العام والحرب النفسية**. ط ٣. القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٤.

الجمال، راسم محمد. «العلاقات العامة في المنظمات الدولية مع دراسة تطبيقية على مكاتب الامم المتحدة ومنظماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية.» (اطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠).

رشتي، جيهان احمد. **الاسس العلمية لنظريات الاتصال**. ط ٢. القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٨.

ريحاني، ارياف نور ابراهيم. «تنظيم وادارة نشاط الاعلام بجامعة الدول العربية.» (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية التجارة، ١٩٧٣).

الزامل، عبد الرحمن. **ازمة الاعلام العربي: المعضلات والحلول**. بيروت: الدار المتحدة للنشر، ١٩٧٤.

صبري، صلاح. «جامعة الدول العربية والاعلام العربي بين متطلبات النجاح وعوامل القصور.» (بحث مقدم لدبلوم العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٧٣). (دراسة غير منشورة)

عجوة، علي ابراهيم. **الاسس العلمية للعلاقات العامة**. ط ٢. القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨.

عطا، عبد الخبير محمود. **الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية**. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، ١٩٧٧.

ـــ «الوظيفة الاتصالية لجامعة الدول العربية: دراسة نظرية وتطبيقية.» (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٧٦).

العويني، محمد علي. الاعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٨.

ـ الاعلام العربي الدولي. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤.

ـ الاعلام العربي في افريقيا. القاهرة: دار الموقف العربي، ١٩٧٩.

ـ الاعلام العربي: المؤسسات والمضمون والوسائل والجمهور والاثر والدعاية المضادة. القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩.

ـ العلاقات الدولية المعاصرة: النظرية والتطبيق والاستخدامات الاعلامية. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٢.

مطر، جميل وعلي الدين هلال. النظام الاقليمي العربي: دراسة في العلاقات السياسية العربية. ط ٣. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣.

المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. قضية التخطيط الاعلامي في الوطن العربي. القاهرة: المنظمة، ١٩٨٠.

وسائل الاتصال والتفاهم الدولي. الترجمة العربية للدراسات التي ناقشتها الحلقة العلمية التي عقدتها جامعة ليوبليانا اليوغوسلافية عام ١٩٦٨. القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٦٩.

وثائق منشورة

جامعة الدول العربية. مجلس الجامعة. قرار رقم (١٥٧١)، ٢٦ آذار/ مارس ١٩٥٩ بالموافقة على توصيته ببرنامج ركن جامعة الدول العربية.

ـــ قرار رقم (٢٠٠٥/اد ـ ٤١)، ايار/ مايو ١٩٦٤ بالموافقة على انشاء مجلس وزراء الاعلام العرب.

ـــ قرار رقم (٢١٢٥/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، ٢٠ نيسان/ ابريل ١٩٦٥.

ـــ قرار رقم (٢١٢٧/ د ـ ٤٣/ جـ ٧)، نيسان/ ابريل ١٩٦٥، بالموافقة على تعديل النظام الداخلي للامانة العامة.

ـــ قرار (٢١٩٧/ د ـ ٤٤/ جـ ٩)، دمشق، ١٦ شباط/ فبراير ١٩٦٦.

ـــ قرار رقم (٢٢٠٦/ د ـ ٤٤/ جـ ١٠)، القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٦٦.

ـــ قرار رقم (٢٢١٤/ د ـ ٤٥/ جـ ٢)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٦ بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

ـــ قرار رقم (٢٢٥٢/ د ـ ٤٦/ جـ ١)، القاهرة، ايلول/ سبتمبر ١٩٦٦، بشأن محاولات اسرائيل التقرب من المقيمين العرب في امريكا اللاتينية.

ـــ قرار رقم (٢٣٣٦/ د ـ ٤٧/ جـ ٣)، القاهرة، ايار/ مايو ١٩٦٧ بشأن الموافقة على توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب.

ـــ قرار رقم (٢٣٧٦/ د ـ ٤٨/ جـ ١٢)، القاهرة، كانون الثاني/ يناير ١٩٦٨ بالموافقة على قرارات

مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الطارىء ببنزرت في الفترة من ٢٧ الى ٣٠ ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧.

ــ قرار رقم (٢٩٤٧/ د ـ ٥٧/ جـ ٤)، القاهرة، آذار/ مارس ١٩٧٢ بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثامن.

ــ قرار رقم (٢٩٧٣/ د ـ ٥٨/ جـ ٢)، القاهرة، ايلول/ سبتمبر ١٩٧٢ بالموافقة على توصيات اللجنة الدائمة للاعلام العربي.

ــ قرار رقم (٣٠٣٢/ د ـ ٥٩/ جـ ٢)، القاهرة، ٧ نيسان/ ابريل ١٩٧٣ بالموافقة على قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي التاسع.

ــ قرار رقم (٣٠٥٩/ د ـ ٥٩/ ج ١٤)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣ بالموافقة على النظام الداخلي للامانة العامة لجامعة الدول العربية.

ــ قرار رقم (٣٠٦١/ د ـ ٥٩/ جـ ١٤)، القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٣ بالموافقة على النظام الاساسي المالي للجامعة العربية.

ــ قرارات مجلس الجامعة في دور انعقاده العادي الرابع والاربعين على مستوى وزراء الاعلام العرب، دمشق، شباط/ فبراير ١٩٦٦.

وثائق غير منشورة

جامعة الدول العربية. الادارة العامة للاعلام. «تقرير عن النشاط المعادي في الفترة من آب/ اغسطس ١٩٧٧ الى ايار/ مايو ١٩٧٧.»

ــ «الدعاية المضادة في الفترة من كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٥ الى نيسان/ أبريل ١٩٧٦.»

ــ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦.

ــ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي الثلاثين.» قطر، تموز/ يوليو ١٩٧٦.

ــ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها بالخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام في دور انعقادها العادي الحادي والثلاثين.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٧.

ــ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي السادس والثلاثين.» تونس، آب/ اغسطس ١٩٨٠.

ــ «مذكرة بشأن تقارير الادارة العامة للاعلام ومكاتبها في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي السابع والثلاثين.» تونس، كانون الاول/ ديسمبر ١٩٨٠.

ــ «مذكرة بشأن تقييم نشاط مكاتب الجامعة في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام في دور انعقادها العادي الثامن والعشرين.» القاهرة، تموز/ يوليو ١٩٧٥.

ــ «مذكرة بشأن تنسيق الامكانيات الاعلامية في الخارج للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي

في دورتها المنعقدة خلال شهر آب/ اغسطس ١٩٧٧.»

ـــ «ملخص تحليلي عن اتجاهات الصحافة العالمية في الولايات المتحدة وفرنسا والمملكة المتحدة وسويسرا والمانيا وايطاليا واسبانيا خلال الفترة من ايار/ مايو الى تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٧٦.»

ـــ «ملخص تحليلي عن اتجاهات الصحافة العالمية في الولايات المتحدة وفرنسا والمملكة المتحدة وسويسرا والمانيا وايطاليا واسبانيا خلال الفترة من كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٦ الى نيسان/ ابريل ١٩٧٧.»

ـــ «ورقة عمل عن برنامج الاعلام العربي للفترة من عام ١٩٧٦ الى عام ١٩٨٠ للعرض على اللجنة الدائمة للاعلام العربي في دور انعقادها العادي التاسع والعشرين.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٦.

ـــ مكتب باريس. «تقارير عن اتجاهات الرأي العام الفرنسي خلال الشهور من آب/ اغسطس الى كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٧.»

ـــ مكتب بون. «تقارير عن اتجاهات اجهزة الاعلام الالمانية ازاء قضايا الوطن العربي من شهر ايار/ مايو الى شهر كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٧.»

ـ الامانة العامة. «توصيات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الرابع.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٦٧.

ـــ «قرار الامين العام رقم (٩٤) بتاريخ ١٩ آب/ اغسطس ١٩٦٩ بشأن التدابير اللازمة لتسيير العمل الاعلامي في الجامعة.»

ـــ «قرار مجلس وزراء الاعلام العرب رقم (٤٠) في دور انعقاده العادي الحادي عشر بالموافقة على توصية ندوة المفكرين والكتاب والصحفيين ورؤساء الاتحادات الاعلامية العربية.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٥.

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده الطارىء ببنزرت.» تونس، ٢٧ ـ ٣٠ ايلول/ سبتمبر ١٩٦٧.

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الاول.» القاهرة، آذار/ مارس ١٩٦٤.

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثامن.» القاهرة، شباط/ فبراير ١٩٧٢.

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي التاسع.»

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الثالث عشر.» تونس، ١ ـ ٢ آب/ اغسطس ١٩٧٧.

ـــ «قرارات مجلس وزراء الاعلام العرب في دور انعقاده العادي الخامس عشر.» تونس، ١٢ ـ ١٣ كانون الاول/ ديسمبر ١٩٧٩.

ـــ «ورقة عمل لتحرك اعلامي عربي متطور.» القاهرة، [د. ت.].

ــــ «الوضع الراهن للادارة العامة للاعلام ومشروع تطويرها.» تونس، تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٨١.

دوريات

ابو بكر، يحيى. «تحرير الاعلام العربي.» المستقبل العربي: السنة ٢، العدد ١٢، شباط/ فبراير ١٩٨٠. ص ٥٣ ـ ٦٥.

ــ «رسالة الاعلام العربي المشترك.» المجلة المصرية للعلوم السياسية: السنة ٦، العدد ٦٧، تموز/ يوليو ١٩٧٠.

ادريس، محمد السعيد. «الرؤية الامريكية لاسرائيل.» المستقبل العربي: السنة ٣، العدد ٢١، تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨٠. ص ٤٩ ـ ٧٠.

الاشعل، عبدالله. «مراجعة كتاب: الولايات المتحدة والفلسطينيون.» السياسة الدولية: السنة ١٩، العدد ٧٢، نيسان/ ابريل ١٩٨٣. ص ١٩٧ ـ ٢٠٠.

الايوبي، نزيه نصيف. «مراجعة كتاب: التضليل الاعلامي لقضية الشرق الاوسط.» السياسة الدولية: السنة ١٢، العدد ٤٥، تموز/ يوليو ١٩٧٦. ص ١٦١ ـ ١٦٥.

ــ «المعوقات الداخلية للاعلام العربي الخارجي.» السياسة الدولية: السنة ١٣، العدد ٤٧، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٧. ص ٧٤ ـ ٧٧.

بشير، تحسين. «الاعلام العربي والرأي العام الامريكي.» السياسة الدولية: السنة ٥، العدد ١٨، تشرين الاول/ اكتوبر ١٩٦٩. ص ٦ ـ ٢٣.

جامعة الدول العربية. الادارة العامة للاعلام. تقارير ودراسات: الاعداد ١ ـ ٦، كانون الثاني/ يناير ـ حزيران/ يونيو ١٩٧٧. (نشرة محدودة التوزيع)

ــــ جامعة الدول العربية (نشرة).

الجمال، راسم محمد. «الاعلام العربي المشترك.» المستقبل العربي: السنة ٥، العدد ٤٦، كانون الاول/ ديسمبر ١٩٨٢. ص ٤ ـ ١١.

الحسن، عبدالله. «الاعلام العربي ساقط كلية في التبعية واصبح جزء من اجهزة الامن المتعددة.» الهدف: السنة ٢١، العدد ١٠٦٠، ١٠ كانون الاول/ ديسمبر ١٩٨٢.

حمادي، سعدون. «الوسائل غير المباشرة لتحقيق الوحدة العربية.» المستقبل العربي: السنة ٧٤، العدد ٣٣، تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨١.

الزغل، علي شتيوي. «نظرة على الجالية العربية ومؤسساتها في الولايات المتحدة الامريكية.» المستقبل العربي: السنة ٥، العدد ٤٥، تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٨٢. ص ٢٣ ـ ٣٥.

زكي، فاضل. «الدبلوماسية الذرية ونماذجها المعاصرة.» السياسة الدولية: السنة ١٢، العدد ٤٣، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٦. ص ١٣٨ ـ ١٤٧.

السياسة الدولية: السنة ١١، العدد ٤٠، نيسان/ ابريل ١٩٧٥.

الشقيري، احمد. «الجماعة الاتحادية والجامعة الانفصالية.» المستقبل العربي: السنة ١، العدد ٥، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩. ص ٨٠ - ٨٩.

شكري، محمد عزيز. «كيفية تحديث جامعة الدول العربية.» السياسة الدولية: السنة ١١، العدد ٤١، تموز/ يوليو ١٩٧٥. ص ١٣٧ - ١٤٥.

صايغ، انيس. «الافتتاحية.» شؤون عربية: العدد ١، آذار/ مارس ١٩٨١. ص ٤ - ٦.

عطا، عبد الخبير محمود. «الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية.» المستقبل العربي: السنة ١، العدد ٥، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩. ص ١١٨ - ١٢٩.

عطا، عبد الخبير محمود. «الاعلام العربي من خلال جامعة الدول العربية.» المستقبل العربي: السنة ١، العدد ٥، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩، ص ١١٨ - ١٢٩.

عودة، عبد الملك. «تقويم تجربة التعاون العربي - الافريقي.» المستقبل العربي: السنة ٦، العدد ٥٣، تموز/ يوليو ١٩٨٣. ص ٧٨ - ١٠٧.

القاسم، انيس. «مشروع للاعلام العربي في الولايات المتحدة.» شؤون عربية: العدد ٤، حزيران/ يونيو ١٩٨١. ص ٣٠٤ - ٣٠٦.

القزاز، اياد. «صورة الوطن العربي في المدارس الثانوية الامريكية.» المستقبل العربي: السنة ٣، العدد ٢٦، نيسان/ ابريل ١٩٨١. ص ٢٣ - ٣٨.

المصمودي، مصطفى. «حول الحوار العربي - الاوروبي، ٩، الحوار اعلامياً.» السياسة الدولية: السنة ١٣، العدد ٤٩، تموز/ يوليو ١٩٧٧. ص ٢٤١ - ٢٤٨.

الموافي، عبد الحميد. «تأسيس جامعة الدول العربية.» شؤون عربية: العدد ١، آذار/ مارس ١٩٨١. ص ٧ - ٢٣.

ـــ «تعديل ميثاق جامعة الدول العربية.» المستقبل العربي: السنة ١، العدد ٥، كانون الثاني/ يناير ١٩٧٩. ص ١٠٨ - ١١٧.

«وثائق الصراع العربي - الاسرائيلي: البحث عن حل.» شؤون عربية: العدد ٢٩، تموز/ يوليو ١٩٨٣. الجزء الثاني. ص ١٩٨ - ٢٤٧.

نـدوات

منظمة العمل العربية. ندوة الصحافة العمالية والاعلام في مجال العمل، القاهرة، ١ - ١١ ايلول/ سبتمبر ١٩٧٦.

ندوة جامعة الدول العربية: الواقع والطموح، تونس، ٢٨ نيسان/ ابريل - ٢ ايار/ مايو ١٩٨٠. شارك فيها: علي محافظة وعلي الدين هلال وحسين البحارنة وحسن نافعة ومحمد السيد سليم وعبد الحسن زلزلة ومحيي الدين صابر وحسين جميل وغسان العطية واحمد صدقي الدجاني وجميل مطر ومجدي حماد وعبد الحميد الموافي وناصيف حتي ومحمد لبيب شقير وغسان سلامة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٣.

٢ - الاجنبية

Books

Atwater Bradley Company. «Directional Study: Arab Information Center.» Memo. New York,1967.

Canfield, Bertrand and H. Frazier Moore. *Public Relations: Principles, Cases and Problems.* 6th ed. Homewood, Ill.,: Richard Irwin, 1973.

Cutlip, Scotte and Allen Center. *Effective Public Relations.*4th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, Inc., 1971.

Davison, Walter Phillips. *International Political Communication.* New York: Praeger, 1965.

— and Frederick T. C. Yu (eds.). *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions.* New York: Praeger, 1974.

Fischer, Heinz-Deitrich and John Merrill(eds.). *International and Inter-Cultural Communication.* New York: Hasting House Publishers, [1976].

Hennessy, Bernard C. *Public Opinion.* 3rd ed. North Scituate, Mass.: Duxburg, 1975.

Hoffman, Arthur S. (ed.). *International Communication and the New Diplomacy.* Bloomington: Indiana University Press, 1968.

Lerbinger, Otto. *Designs for Persuasive Communication.* Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1972.

Lesly, Philip (ed.). *Public Relations Handbook.* 2nd ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1962.

Nolte, Lawrance. *Fundamentals of Public Relations: Professional Guidelines, Concepts and Integration.* New York: Pergamon, 1974.

Palestine Liberation Organization. Research Center. *Essays on the American Public Opinion and the Palestine Problem.* Beirut: The Center, 1969.

Poletz, David L. and Robert M. Entman. *Media, Power, Politics: Timely Provocative Look at How the Media Dictate Public Opinion and Affect Political Power in the United States.* New York: The Press, 1981.

Al Qazzaz, Ayad. *Transnational Links between the Arab Community in the U.S. and the Arab World.* Sacramento, Ca.: California Central Press, 1979.

Smith, Alfred Goud (ed.). *Communication and Culture: Readings in the Codes of Human Interaction.* New York: Holt, Rinehart and Winston, 1966.

Strouse, James. *The Mass Media, Public Opinion and Public Policy Analysis: Linkage Explorations.* Ohio: Charles E. Merrill, 1975.

Tan, Alexis S. *Mass Communication: Theories and Research.* Ohio: Grid Publishing, Inc., 1981. (The Grid Series in Advertising and Journalism)

Periodicals

Bower, Robert T. and Laura M. Sharp. «The Use of Art in International Communication: A Case Study.» *Public Opinion Quarterly:* vol. 20, no. 1, Spring 1956. pp. 221-228.

Frye, William R. «Press Coverage of the United Nations.» *International Organization:* vol. 10, May 1956. pp. 276-281.

Herberichs, Gérard. «On Theories of Public Opinion and International Organization.» *Public Opinion Quarterly:* vol. 30, no. 4, Winter 1966. pp. 624-636.

Hitchner, Dell G. «The Failure of the League: Lesson in Public Relations.» *Public Opinion Quarterly:* vol. 8, no. 1, Spring 1944. pp. 61-71.

فهرس عام

(أ)

آدامز، مايكل: ١١٤

ابو بكر، يحيى: ٣٥

اتحاد اذاعات الدول العربية: ٤٠، ٥٥

الاتحاد السوفياتي: ٨٦

الاتحاد السياحي العربي: ٤٠

اتحاد الصحفيين العرب: ٥٥

الاتحاد العام للادباء والكتاب العرب: ٥٥

اتحاد المؤرخين العرب: ٥٥

اتحاد وكالات الانباء العربية: ٥٥

الاتحادات المهنية والنقابات: ١٢٠

اتفاقية السلام المصرية ـ الاسرائيلية: ٤٨، ١٤٨، ٥٨٩

الاحزاب السياسية: ١١٩

الادب العربي: ١٣٥

الاذاعات العربية: ١٠٣

الاذاعة المصرية: ١٠٤

الاراضي العربية المحتلة: ٤٦، ٤٧، ٤٩

الاردن: ٢١

ازمة الشرق الاوسط: ٨٠، ١٠٠

اسبوع فلسطين: ١٠٨

استراتيجية العمل الاعلامي العربي المشترك: ٤٠، ٥٠

استراتيجية العمل العربي المشترك: ٤٠

الاستعمار: ٨٨

اسرائيل: ٢٢، ٤٧ ـ ٤٩، ٨٢ ـ ٨٦، ٨٨ ـ ٩١، ١١٤، ١١٩

ـ المستعمرات: ٩١

الاسلام: ١٠١، ١٠٨

الاعلام العربي القطري: ٣٦، ٤٠، ١١٣، ١١٧

الاعلام العربي المشترك

ـ الاتصال المواجهي: ١٠٦ ـ ١٠٨

ـ اجهزته: ٣٧ ـ ٤١

ـ الانشطة الاتصالية: ٩٧ ـ ١٠٨

ـ الاهداف الاستراتيجية والسياسة العامة: ٤٤ ـ ٤٩

ـ اهميته: ٢٥ ـ ٣١

ـ تخطيطه: ٣٥ ـ ٣٧، ٥٠ ـ ٥٢

ـ تعريفه: ١٧ ـ ١٩

ـ تقويم البرامج والانشطة: ١٢٥ ـ ١٣١

ـ تنظيم اجهزته: ٥٦ ـ ٥٨

ـ الرسالة الاعلامية: ٨٠ ـ ٨١

ـ ـ اشكالها: ٩١ ـ ٩٤

ـ ـ مضمونها: ٨١ ـ ٩١

ـ طبيعته: ٢٤، ٢٥

ـ فعالية اجهزته: ٦٦ ـ ٧٦، ١٤١ ـ ١٤٢

- في آسيا: ١٢١
- في افريقيا: ١٢٠
- في امريكا الشمالية: ١١٩، ١٢٠
- في امريكا اللاتينية: ١٢١
- في اوروبا الغربية: ١١٩، ١٢٠
- في خدمة القضية العربية: ٨٧
- في الولايات المتحدة الامريكية: ١٣١ ـ ١٣٧
- متطلباته: ٤٩ ـ ٥٢
- والاعتبارات القطرية: ٩٧، ٩٨
- والافتقار الى سياسة عربية خارجية موحدة: ١٤٤ ـ ١٤٥
- وجامعة الدول العربية: ١٤٨، ١٤٩
- والجماهير العربية: ١١٦
- والجماهير غير العربية: ١١٧ ـ ١٢١
- ووسائل الاعلام المسموعة والمرئية: ١٠٢ ـ ١٠٥
- ووسائل الاعلام المطبوعة: ٩٩ ـ ١٠٢
- وصناعة القرارات: ٤٢ ـ ٤٤
- ووظائفه: ١٩ ـ ٢٤
- وقضايا الصراع العربي ـ الاسرائيلي: ١٤٧ ـ ١٤٨
- ومشكلة الرأي العام: ١١٢ ـ ١١٦
- والمصالح القطرية: ١٤٣ ـ ١٤٤
- والوحدة العربية: ٢٨ ـ ٣٠

الاعلانات السياسية المدفوعة: ١٠٢

الاعلانات الصحفية: ١٠١

افريقيا: ٨٩، ٩٠، ١١٧
- التحرك الاعلامي العربي: ٥٢
- المساعدات الاقتصادية الاسرائيلية: ٨٩
- النفوذ الاسرائيلي: ١٢٠

الالكسو انظر المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم

الامبريالية: ٨٧، ٨٨

امريكا: ١١٧

امريكا الشمالية: ١١٩

الامريكيون السود: ١١٨، ١٢٠

الامم المتحدة: ٨٣، ١٢٠، ١٢٧
- قرار مجلس الامن رقم ٢٤٢: ٨٢
- مجلس الامن: ٩١
- المكاتب الاعلامية: ٢١
- الميثاق: ٨٦، ٨٧

الامة العربية: ٤٧، ١١٦

الانسان العربي: ٤٨
- صورته لدى الرأي العام العالمي: ٣١، ٣٦، ٤٤، ٤٩، ٥٨، ٨٩، ٩٣، ٩٨، ١٣١، ١٤٦

الاوبك انظر منظمة الاقطار المصدرة للنفط

اوروبا: ٩٠

اوروبا الغربية: ٨٦، ١١٧، ١١٩

(ب)

البحرين: ٧٦

بريطانيا: ١١٣، ١١٤

البعثات الدبلوماسية العربية انظر السفارات العربية

البلدان انظر الدول

(ت)

تاريخ العرب: ١٣٥

التضامن العالمي: ١٤٦

التضامن العربي: ٢٢، ٢٣، ٤٧، ٨٩

التعاون العربي ـ الافريقي: ٣١، ٨٥، ٨٩، ١٢٠

التكنولوجيا: ٤٩

التنظيمات المعنية بحقوق الانسان:

التنظيمات النسائية: ١٢٠

التنمية: ٣٥، ٤٤، ١٣٥، ١٤٦

(ث)

الثقافة العربية: ١٠٨

(ج)

الجاليات العربية: ٤٩، ١٠٥، ١٠٦، ١١٩، ١٢١

الجامعات والمؤسسات التعليمية: ١٠٧، ١١٩
جامعة الدول العربية: ١٧، ١٩، ٢٨، ٣٦، ٨٠، ١٠١، ١٠٣، ١٠٨، ١٢٠
ـ الادارة العامة للاعلام: ٢٣، ٣٨، ٤٠، ٤٢، ٤٣، ٥١، ٥٧، ٦٧، ٩٢، ١٠٠، ١٠٥، ١٢٧ ـ ١٣١
ـ ـ ادارتها: ٥٦ ـ ٥٩
ـ ـ الجهاز التوظيفي: ٥٨ ـ ٧٠، ٧٢
ـ ـ الموازنة: ٧٣ ـ ٧٥
ـ المجلس: ٣٧، ٣٨، ٤٢
ـ المراسلون: ٢١
ـ المقر: ٢٣
ـ المكاتب الاعلامية: ٢٠، ٢١، ٤٠، ٥١، ٥٢، ٦٤ ـ ٦٦، ٩٤، ١١٨، ١٢٧ ـ ١٣٠
ـ الموازنة: ٧٣، ١٤٤
ـ الميثاق: ٤٥، ١٤٩
ـ والاتصال بالجماهير العربية: ٢١
ـ والاعلام العربي المشترك: ٢٠، ٢٦ ـ ٢٨
ـ والصراعات القطرية: ١٤٥، ١٤٦
ـ والمسح الاعلامي للطاقات الاعلامية: ٥١
جماعات الضغط في الغرب: ١١٨
الجماهير العربية: ٢٧، ٢٩، ٨٠، ٩٤
جمعيات خريجي الجامعات الأمريكية: ١٣٦
جمعيات الصداقة والتضامن مع الشعوب العربية: ١٠٥، ١٠٦، ١١٨ ـ ١٢١
الجمعيات العلمية المعنية بالشرق الاوسط: ١١٩
جمعيات المغتربين العرب: ١١٩
جنوب افريقيا: ٨٤

(ح)

الحرب العربية ـ الاسرائيلية، ١٩٥٦: ٤٦
الحرب العربية ـ الاسرائيلية، ١٩٦٧: ٢٣، ٤٧، ٨١، ١٤٧
الحرب العربية ـ الاسرائيلية، ١٩٧٣: ٨٤، ٨٧، ٨٩، ٩٨، ١١٣، ١٢٥، ١٤٢، ١٤٧
حركة عدم الانحياز: ٨٣، ١٢٠
حسونة، عبد الخالق: ٦٩
الحضارة العربية: ١٠٥، ١٤٦
الحوار العربي ـ الاوروبي: ٣١، ٩٠

(د)

دوريات
ـ آراء عربية: ١٠٠
ـ آفاق عربية: ١٠٠
ـ الاهرام الاقتصادي: ١٠٠
ـ تقارير ودراسات: ١٠٠
ـ شؤون عربية: ٩٣، ١٠٠
ـ العالم العربي (روما): ١٠٠
ـ العالم العربي (لاغوس): ١٠٠
ـ العالم العربي (واشنطن): ١٠٠، ١٣٣
ـ العربي: ١٠٠
ـ العربي الجديد: ١٠٠
ـ مختار فلسطين: ١٠٠
الدول الاسلامية: ١١٨
الدول الاشتراكية: ٨٦، ١١٨، ١٤٣
دول عدم الانحياز: ٨٥، ٨٦، ١١٨، ١٤٣
الدول النامية: ٤٩، ٩٨، ١٣٦
الدولة الفلسطينية: ٩١
الدولة الفلسطينية الديمقراطية: ٨٧
الديمقراطية: ٨٦

(ر)

الرأي العام: ٨٥، ١١٣، ١٢٧، ١٤٦
ـ مفهومه: ١١١، ١١٢
الرأي العام الامريكي: ١١٤
الرأي العام العالمي: ١١٦، ١٢٥، ١٤٦
الرأي العام العربي: ٢٣، ٢٨، ١٠٣، ١١٦، ١٢٥، ١٤٦
رجال الاعمال: ١١٨

روديسيا: ٨٤
رياض، محمود: ٦٩، ٧٠

(ز)

الزامل، عبد الرحمن: ٤٦، ١٣٣، ١٣٧

(س)

السعودية: ٧٦، ١٠٤
السفارات العربية: ٣٨، ٤١، ١٠٧
السفراء العرب: ١٠٦
السودان: ٢١

(ش)

الشخصيات الادبية والفنية: ١١٨
شركة Atwater Bradley: ١٣٢، ١٣٣

(ص)

صايغ، انيس: ٩٣
الصحافة العالمية: ٥١
الصراع العربي ـ الاسرائيلي: ١٩، ٢٣، ٢٤، ٤٥، ٤٦، ٥١، ٥٢، ٨٠، ٨١، ٩١، ١٠٠، ١٠١، ١٠٤ ـ ١٠٦، ١١٣، ١١٤، ١١٧، ١١٩، ١٢٠، ١٢٩، ١٣٥، ١٣٦، ١٤٧
صندوق الاعلام العربي المشترك: ٣٩
ـ الميزانية: ٧٣
صندوق الدعوة العربية: ٧٥، ١٤٧
الصهيونية: ٤٦، ٤٧، ٨٣، ٨٤، ٨٩، ١١٣ ـ ١١٥
ـ الدعاية: ٢٣، ٣١، ٤٦، ٤٨، ٥٢، ٨١، ٨٢، ٨٥، ١٠١، ١٠٢، ١١٣، ١١٥، ١١٩
الصين الشعبية: ٨٦

(ط)

الطلبة العرب: ١٠٥، ١٠٦

(ع)

العالم الثالث انظر الدول النامية
العراق: ٢١، ٧٦
العرب انظر الانسان العربي
العمل العربي المشترك: ١٨، ٣٦، ٣٧، ٥٢، ٦٦
ـ والاعلام العربي المشترك: ٣٠، ٣١

(غ)

غالي، بطرس: ١٠١
الغرف التجارية المشتركة: ١٠٧، ١١٨، ١١٩، ١٢١

(ف)

فلسطين: ٤٦، ٨٤
الفلسطينيون: ٤٧ ـ ٤٩، ١٠٦

(ق)

القدس: ٨٨
قضية الشرق الاوسط انظر ازمة الشرق الاوسط
القضية الفلسطينية: ٢١، ٢٣، ٢٤، ٢٨، ٣١، ٣٦، ٤٤، ٤٥، ٤٨، ٤٩، ٧٥، ٨٢، ٨٧ ـ ٩٠، ٩٣، ١٠١، ١٠٢، ١٠٥، ١٠٨، ١١٤، ١٤٦
القطرية: ٦٦، ٩٧، ١٤٣
القمة العربية انظر مؤتمرات القمة العربية
القومية العربية: ٤٦، ٤٧، ٨٢

(ك)

كندا: ١٠١، ١٠٢
ـ مكاتب الاعلام العربي: ١٠٢
الكويت: ٢١، ٧٦

(ل)

لبنان: ٢١، ٩٣
ـ الهجمات الاسرائيلية: ٨٧، ٨٨
اللجنة الدائمة للاعلام العربي: ٣٨، ٣٩، ٤٢، ٤٣، ٥١، ٥٢، ١٠٣، ١٢٨
اللجنة العربية للمعارض: ٤٠
اللجنة العربية المشتركة للسينما: ٤٠

(م)

مايهيو، كريستوفر: ١١٤
المجالس النيابية: ١١٨، ١١٩، ١٢١
المجلس الاعلى لتعزيز الثقافة العربية: ٤٠
مجلس الدفاع العربي المشترك: ٨٨
مجلس وزراء الاعلام العرب: ٣٧ ـ ٤٣، ٤٦، ٤٧، ٥٠، ٦٩، ٧٦، ١٣٠، ١٤٧
ـ اللجنة الاعلامية: ٤١
ـ اللجنة الاقتصادية: ٤١
ـ اللجنة الثقافية: ٤١
ـ لجنة رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية: ٤١
مجلس وزراء الاعلام العرب، بنزرت، ١٩٧٦: ٨١
مراكز الابحاث: ١١٩
المركز العربي للدراسات الاعلامية للسكان والتنمية: ٥٥
مشروع السلام العربي، فاس: ٩١
مشروع الملك فهد: ٩١
مصر: ٤٨
المغتربون انظر الجاليات العربية
المغرب: ٢١
المقاومة الفلسطينية: ٨٢، ٨٣
مكاتب الاعلام العربي في الخارج انظر جامعة الدول العربية ـ المكاتب الاعلامية
مكتب الاعلام العربي في بروكسل: ١٣٠
مكتب الاعلام العربي في بيونس آيرس: ١٠٠، ١٠٤، ١٣١
مكتب الاعلام العربي في جنيف: ١٣٠
مكتب الاعلام العربي في روما: ١٠٠
مكتب الاعلام العربي في طوكيو: ١٢١
مكتب الاعلام العربي في لاغوس: ١٠٠
مكتب الاعلام العربي في لندن: ١٣٠
مكتب الاعلام العربي في مدريد: ١٠٠، ١٠٥، ١٣٠
مكتب الاعلام العربي في نيودلهي: ١٠٠، ١٢١، ١٣١
مكتب الاعلام العربي في نيويورك: ١٠٠
مكتب الاعلام العربي في واشنطن: ١٠٠، ١٠٤، ١٣٣، ١٣٤، ١٣٦
المكتب الدائم للاعلام العربي: ٣٨، ٤٢
المكتب الرئيسي للمقاطعة: ٤١
المنظمات انظر التنظيمات
منظمة اذاعات الدول الاسلامية: ٥٥
منظمة الاقطار المصدرة للنفط: ١١٨
منظمة التحرير الفلسطينية: ٢٣، ٣٩، ٤٩، ٨٧، ٩٠، ٩١، ١٠٦، ١٠٧
ـ مركز الابحاث: ٥٥
منظمة الطلبة العرب: ١٣٦
المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: ٥٥
منظمة المؤتمر الاسلامي: ١١٨
منظمة الوحدة الافريقية: ١٢٠
مؤتمر القمة العربي (١: ١٩٦٤): ٤٦، ١٤٣، ١٤٧
مؤتمر القمة العربي (الخرطوم: ١٩٦٧): ٤٧، ٤٨، ٨١
مؤتمر القمة العربي (٧: الرباط: ١٩٧٤): ٨٧
مؤتمر القمة العربي (١٢: فاس: ١٩٨٢): ٩١
مؤتمرات القمة العربية: ٣٧، ٤٢، ٤٦
المؤسسات الشبابية: ١٢١
المؤسسات العربية: ١١٩
مؤسسة الدراسات الفلسطينية: ٥٥
ميثاق التضامن العربي: ٨٢

(ن)

نظام النقد الدولي: ٨٩
النفط: ٨٨
ـ الحظر النفطي: ١١٣، ١٤٢
نهر الاردن، تحويل مجرى: ٢٢، ١٤٧

(هـ)

الهيئات العلمية والثقافية: ١٢٠، ١٢١
الهيئات والتنظيمات الدينية: ١٢٠

(و)

الوحدة العربية: ١٩، ٢٨، ٣٠، ٤٦، ٤٧، ٨٢
وسائل الاعلام الوطنية: ١٢١
وكالات الانباء العربية: ١٠٠
وكالات الانباء والصحف العالمية: ١٠٠
الولايات المتحدة الامريكية: ٤٧، ٨٥، ٨٨، ٩٠، ١٠١ ـ ١٠٤، ١٠٧، ١١٤
ـ التحرك الاعلامي العربي: ٥٢
ـ الحزب الجمهوري: ١١٤
ـ الحزب الديمقراطي: ١١٤
ـ الشعب الامريكي: ٩٠
ـ الكونغرس: ١١٤
ـ مكاتب الاعلام العربي: ١٠٢، ١٣٢

(ي)

اليمن: ٢٢
اليهود: ١١٤
ـ اللوبي اليهودي: ١١٤
يوم الارض في ٣٠ آذار/ مارس: ١٠٨
يوم الجامعة في ٢٢ آذار/ مارس: ١٠٨

الدكتور راسم محمد الجمال

- يعمل مدرساً للاعلام الدولي في كلية الاعلام بجامعة القاهرة
- حصل على درجة الماجستير في الصحافة وعلى درجة الدكتوراه في الاعلام الدولي
- نشر عدداً من البحوث والمقالات العلمية منها: «الاعلام الدولي في المجال الاقتصادي والاجتماعي»، و«قواعد الممارسة المهنية في ضوء النظام الاعلامي العالمي الجديد»، و«مفهوم الاعلام العربي المشترك»، و«جماهير الاعلام العربي المشترك»، و«العقاد وهيكل: دراسة في تطور الصحافة المصرية»؛ الى جانب العديد من المقالات الصحفية في تطور السياسة المصرية
- صدر له كتابان في تاريخ الصحافة المصرية، هما: **عباس العقاد رجل السياسة . . رجل الصحافة**، و **العقاد زعيماً**، وترجمة لكتاب **الادارة الجديدة: المدير التنفيذي والاخصائي الاستشاري في منشأة المستقبل** لجون نيلز ووليام غربر

الطبعة الثانية

الثمن : ٠
أو

مركز دراسات الوحدة العربية

بناية «سادات تاور» شارع ليون
ص. ب: ٦٠٠١ - ١١٣ - بيروت - لبنان
تلفون: ٨٠١٥٨٢ - ٨٠١٥٨٧ - ٨٠٢٢٣٤
برقياً: «مرعربي»
تلكس: ٢٣١١٤ مارابي